

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный
педагогический университет
Институт социального образования

Н.Б. Руженцева

Ю.А. Антонова

**МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС:
МОДЕЛЬ В КОНТЕКСТЕ ЭПОХИ**

Монография

Екатеринбург
2013

УДК 81.271
ББК Ш 100.3
Р 82

Рецензенты:

А.П. Чудинов, доктор филологических наук, профессор (ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»)

М.Л. Кусова, доктор филологических наук, профессор (ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»)

Благодарим Министерство образования и науки РФ за материальную поддержку проекта в рамках госзадания № 6. 2085. 2011 – «Политическая метафорология».

Руженцева Н.Б., Антонова Ю.А.

Р82 Межнациональный дискурс: модель в контексте эпохи: [Текст] Монография / Н.Б. Руженцева, Ю.А. Антонова; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т» Екатеринбург, 2013. - 292 с.

Монография является попыткой ее авторов представить современную российскую речевую ситуацию в аспекте межнационального взаимодействия. В книге, представляющей сборник статей, написанных в соответствии с компонентами модели (схемы анализа) межнационального дискурса, охарактеризованы важнейшие точки соприкосновения национального и инонационального в рамках различных дискурсивных форматов, отражены динамические процессы в современном рече- и текстообразовании, детерминированные общемировой интеграцией и глобализацией.

УДК 81.271
ББК Ш 100.3

ISBN 978-5-7186-0552-5

© Н.Б. Руженцева, Ю.А. Антонова, 2013

© Уральский государственный педагогический университет, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие (Н.Б. Руженцева)	5
1. Понятие и модель межнационального дискурса ..	10
Межнациональный дискурс: к проблеме описания (российско-китайские дискурсивные практики) (Н.Б. Ру- женцева, Ю.А. Антонова)	10
2. Участники межнационального дискурса	25
2.1. Образ россиян в сознании китайцев (на материале блогов и форумов) (Ю.А. Антонова)	25
2.2. Образ В. Путина в сознании китайской молодежи (Ю.А. Антонова)	31
2.3. Прескрипции в межнациональном дискурсе: субъ- ектная организация и жанровая специфика (Н.Б. Руженцева)	40
3. Национальная специфика коммуникации	56
3.1. Национальная форма выражения мысли	56
Инонациональная специфика текста в чужом комму- никативном пространстве: методика анализа (Н.Б. Руженце- ва)	56
3.2. Национальная концептосфера	75
Китайская медицина «в кадре» и «за кадром»: тексто- вое представление инонационального концепта (Н. Б. Ру- женцева, Вань Личжи)	75
3.3. Национальная символика, нормы и традиции	88
3.3.1. Символика китайских чисел в рамках теории и практики межкультурной коммуникации (Ю.А. Антонова)	88
3.3.2. Китайские бытовые приметы как носители лин- гвокультурологической информации (Ю.А. Антонова)	93
3.3.3. Китайские традиции и приметы как носители лингвокультурологической информации: особенности тра- пезы (Ю.А. Антонова)	102
3.4. Национально-ментальные особенности языко- вого сознания	109
Языковое сознание билингва, или «свобода порывов» в книге Э. Сафарли (Н.Б. Руженцева)	109
4. Широкий дискурсивный контекст	123
Япония в определениях-репликах: дискурсивный кон- текст как фактор текстообразования (Н.Б. Руженцева)	123

5. Хронотоп межнационального дискурса	151
Конец «лингвистического лимита»: открытый хроно- топ межнационального рекламного дискурса (Н.Б. Ружен- цева)	151
6. Базовые ценности межнационального дискурса ..	168
Базовые ценности межнационального дискурса в заго- ловках первой русской газеты в Африке (Н.Б. Руженцева)	168
7. Цели межнационального дискурса	179
Деидеологизация фаршированной рыбы, или модифи- кация пресуппозиций в межнациональном кулинарном дис- курсе (Н.Б. Руженцева)	179
8. Жанровый корпус межнационального дискурса	194
Международный туристский проспект как жанр меж- национального дискурса (Н.Б. Руженцева)	194
9. Прецедентные тексты	208
Иван и Наташа: прецедентные имена собственные в национальном и межнациональном дискурсе (Н.Б. Ружен- цева)	208
10. Стратегии дискурса и адаптационные дискур- сивные процессы	223
Адаптационная речевая стратегия и речевые тактики в русийско-китайском педагогическом дискурсе (Н.Б. Ру- женцева)	223
11. Деструкция дискурса	238
«Я провела аудит гаремных грессбухов»: деструкция межнационального теледискурса в контексте эпохи (на ма- териале турецкого телесериала «Великолепный век») (Н.Б. Руженцева)	238
12. Интегративные дискурсивные процессы	256
Межнациональный художественный дискурс: от функциональной роли заимствований к контаминирован- ным конструктам (Н.Б. Руженцева)	256
13. Вместо послесловия	274
Интеграционные процессы в межнациональном взаи- модействии: смена парадигм (Н.Б. Руженцева)	274

ПРЕДИСЛОВИЕ

Эта книга является попыткой ее авторов ПРЕДСТАВИТЬ МЕЖКУЛЬТУРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ В ДИСКУРСИВНОМ ФОРМАТЕ.

Эта книга - попытка описать ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО И ИНОНАЦИОНАЛЬНОГО, двух или нескольких языков, текстов, культур.

Межкультурная коммуникация – понятие достаточно широкое, и это отражается прежде всего в дефинициях, например: «Межкультурная коммуникация – особый вид межнационального общения: это общение между людьми, которые являются носителями разных культур» [Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова «Введение в теорию межкультурной коммуникации. - Воронеж: ВГУ, 2003]. Эти же авторы приводят и иные, тоже достаточно широкие точки зрения на межкультурную коммуникацию. Так, с точки зрения И.И. Халеевой «межкультурная коммуникация (межкультурная интеракция) происходит между партнерами по взаимодействию, которые не только принадлежат к разным культурам, но при этом и осознают тот факт, что каждый из них является «другим» и каждый воспринимает попеременно «чужеродность» партнера» [Цит. по: Гришаева, Цурикова 2003]. «В самом общем виде межкультурная коммуникация определяется как особая форма взаимодействия культур, отличающаяся собственными свойствами. При таком подходе она означает не только межэтническую коммуникацию, но и коммуникацию между различными видами культуры» [А.Д. Садохин. «Введение в теорию межкультурной коммуникации». – М.: Высш. шк., 2005].

К настоящему времени в области межкультурной коммуникации российскими учеными сделано достаточно много. Появились известнейшие работы Л.И. Гришаевой и Л.В. Цуриковой, Ю.Е. Прохорова и И.А. Стернина, С.Г. Тер-Минасовой и ряда других исследователей. Однако феномен межкультурной коммуникации раскрывается в этих трудах, скорее, с позиций сопоставительно-контрастивного описания речевых репрезентаций окру-

жающей нас многонациональной действительности. В сопоставительном формате характеризуется и коммуникативное поведение людей, принадлежащих к разным национальностям, говорящих на разных языках и являющихся носителями разных культур: КАКИЕ ОНИ и КАКИЕ МЫ? КАКОВЫ НОРМЫ и ТРАДИЦИИ У НИХ и КАКОВЫ У НАС? И т.д.

Со своей стороны мы предприняли попытку описать межнациональное взаимодействие в дискурсивных категориях, в «формате» дискурса (термин «формат» применительно к исследованию дискурса был предложен В.И. Карасиком в работе «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» [Волгоград: Перемена, 2002]).

Полностью соглашаясь с тем, что основой межкультурной коммуникации является взаимодействие носителей разных культур, мы, однако же, считаем, что практическая реализация межкультурного общения происходит в конкретных рамках того или иного формата межнационального дискурса. В самом общем виде межнациональный дискурс ограничен национально-субъектной сферой общения (его участниками являются люди двух и более национальностей). На практике же межнациональный дискурс реализуется в системе частных форматов. Если российские преподаватели учат китайских студентов, то это происходит в рамках российско-китайского педагогического дискурса. Если речь идет о радио «Свобода», осуществляющем передачи для России на русском языке, то эту дискурсивную практику можно назвать «Американо-российский радиодискурс». Если же в создании туристического проспекта принимают участие российские и турецкие авторы, то такой тип взаимодействия (порождение совместного текста) относится к российско-турецкому или турецко-российскому туристическому дискурсу и т.д. Дискурсы, в рамках которых идет межнациональное и межкультурное взаимодействие, могут пересекаться. Коммуникативная практика одной и той же группы людей и даже отдельных личностей (например, студентов-иностранцев) может одновременно идти в рамках нескольких дискурсивных форматов: педагогического дискурса, обиходно-бытового дискурса, управленческого дискурса и т.д.

Исследование такого феномена, как «межнациональный дискурс», представляется нам оптимальным с опорой на дискурсивную модель, которая является системной единицей, релевантной для анализа любого дискурса и охватывающей его важнейшие стороны. Схему (модель) для описания институционального дискурса в таких его разновидностях, как педагогический, религиозный, научный, политический и медицинский дискурсы, предложил в указанной выше работе В.И. Карасик. Эта модель включает следующие компоненты: «при анализе дискурса предполагается охарактеризовать его типовых участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы» [Карасик 2002].

Однако для анализа межнационального дискурса в любом его формате этой модели, без сомнения очень удачной относительно внутринациональных разновидностей дискурса, может оказаться недостаточно, так как межнациональный дискурс соотносим со сложной системой процессов межкультурного, межъязыкового и межтекстового характера. Поэтому с опорой на модель В.И. Карасика мы сделали попытку представить инвариантную модель анализа межнационального дискурса, которую можно в связи с теми или иными исследовательскими задачами полностью или частично использовать для изучения любого межнационального дискурсивного формата. Предложенная нами модель включает следующие компоненты.

1. Участники межнационального дискурса.

2. Национальная специфика коммуникации, имеющая место при межнациональном взаимодействии. Это:

- широко понимаемая национальная форма выражения мысли на чужом языке;
- национальная концептосфера;
- национальная символика;
- национальная специфика вербального и невербального поведения (нормы и традиции);
- национально-ментальные особенности языкового сознания.

3. Широкий дискурсивный контекст.
4. Хронотоп межнационального дискурса.
5. Базовые ценности межнационального дискурса.
6. Цели межнационального дискурса.
7. Жанровый корпус межнационального дискурса.
8. Прецедентные тексты.
9. Стратегии межнационального дискурса.
10. Адаптационные дискурсивные процессы.
11. Деструкция межнационального дискурса.
12. Интеграционные дискурсивные процессы.

Данная монография представляет собой сборник статей, опубликованных ее авторами в 2012-2013 гг. (преимущественно в изданиях, рецензируемых ВАК) и подвергшихся небольшой переработке. Все статьи посвящены, в конечном счете, ТОЧКАМ СОПРИКОСНОВЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО И ИНОНАЦИОНАЛЬНОГО, взаимодействию русских и зарубежных языковых, речевых, текстовых и дискурсивных явлений.

Каждая статья является своеобразной иллюстрацией того или иного компонента дискурсивной модели. Материалом для статей послужили тексты, написанные на русском языке, однако прагматическая рамка (субъектная организация) этих текстов является межнациональной. Материал статей соотносится с разными форматами межнационального дискурса. Так, статья *«Инонациональная специфика текста в чужом коммуникативном пространстве: методика анализа»* сделана на материале туристического межнационального дискурса и призвана проиллюстрировать такой компонент модели, как форма выражения мысли на чужом языке. Статья *«Я провела аудит гаремных грессбухов: деструкция межнационального теледискурса в контексте эпохи»* написана на материале телесериала «Великолепный век» и иллюстрирует такой компонент модели, как деструктивные процессы. В свою очередь, статья *«Адаптационные речевые стратегии и речевые тактики в российско-китайском педагогическом дискурсе»* иллюстрирует сразу два компонента дискурсивной модели: а) коммуни-

кативные стратегии/тактики; б) способы адаптации к некоторым трудным участкам межнационального образовательного и педагогического взаимодействия.

Сказанное выше определяет структуру монографии: заглавия каждого раздела включают два компонента: название того или иного компонента дискурсивной модели и собственно заголовок статьи. Кроме этого, монография включает еще две статьи – первую (*«Межнациональный дискурс: к проблеме описания»*), посвященную понятию межнационального дискурса и краткой характеристике компонентов его модели, и последнюю, отражающую мысли автора об изменениях в современной российской речевой ситуации (*«Интеграционные процессы в межнациональном взаимодействии: смена парадигм»*)

Предложенная в статьях характеристика компонентов инвариантной модели межнационального дискурса не имеет прескрипционного (рекомендательного или предписывающего) характера. Мы стремились лишь показать на современном материале ВОЗМОЖНЫЕ ПОДХОДЫ к интерпретации компонентов дискурсивной модели, которая является открытой и может быть дополнена и уточнена исследованиями в области любого формата межнационального дискурса.

В заключение хотелось бы поблагодарить аспиранта УрГПУ Вань Личжи за его консультации в области российско-китайских и китайско-российских дискурсивных практик.

Авторы будут искренне благодарны читателям всех национальностей за любые замечания, пожелания и дополнения.

1. ПОНЯТИЕ И МОДЕЛЬ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС: К ПРОБЛЕМЕ ОПИСАНИЯ (российско-китайские дискурсивные практики)

С конца 1990-х – начала 2000 годов дискурсивные исследования становятся одним из самых приоритетных направлений современной лингвистики. Существуют разные подходы к описанию феномена дискурса, например исторический, однако на первый план выходит подход типологический и собственно описательный, предполагающий детальное рассмотрение видов дискурса и основных характеристик того или иного дискурса. Так, В.И. Карасик, положив в основу такой дискурсивный признак, как участники общения, выделяет два основных вида дискурса: личностный (персональный) и статусно ориентированный (институциональный) [Карасик 2002:193]. Основными разновидностями персонального дискурса автор считает бытовой и бытийный дискурс. В рамках институционального дискурса В. И. Карасик выделяет «применительно к современному социуму политический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный виды дискурса» [Там же:194].

Однако общая и частная характеристика дискурсивных разновидностей находится в настоящее время еще в стадии становления, отсюда – распространенность узкого понимания дискурса. Например, под методическим дискурсом понимается «совокупность текстов, в которых репрезентировано специальное знание о методике преподавания иностранных языков» [Ивинских 2012:8]. Такое понимание дискурса совершенно не отражает сущность этого феномена как «связного текста в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текста, взятого в событийном аспекте; речи, рассматриваемой как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмов их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [Н.Д. Арутюнова. Лингвистиче-

ский энциклопедический словарь 1990:136-137]. Определение же, данное Н.П. Ивинских, может быть приложимо не к понятию «дискурс», а к понятию «сверхтекст», получившему известное распространение в начале 1990-х годов, а затем прочно вытесненному понятием «дискурс». Непонимание сущности дискурса, незнание признаков и характеристик того или иного дискурса ведет, на наш взгляд, к множественным исследовательским недочетам, так как именно дискурсивные характеристики часто являются отправной точкой отсчета при изучении языкового, речевого и текстового материала. Кроме того, исследователи в большинстве своем обращаются к внутринациональным (мононациональным) дискурсам, характеризуя «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными и другими факторами», порождаемый и воспринимаемый людьми, принадлежащими к одной нации. Изучение мононациональных дискурсов является, без сомнения, важнейшей стороной современных дискурсивных исследований, однако интеграционные и конфронтационные процессы в современном мире требуют и разноаспектного исследования межнационального дискурса в разных его форматах. «Формат дискурса представляет собой конкретизацию типа дискурса, количество этих форматов является достаточно большим, но измеримым. Формат дискурса в свою очередь конкретизируется жанрами речи, которые выделяются на индуктивной основе» [Карасик 2002:205].

Сказанное является причиной нашего обращения к понятию «межнациональный дискурс», которое требует раскрытия и обоснования в связи со все увеличивающимся количеством межнациональных контактов, а также исследований в областях межкультурной коммуникации, контрастивной лингвистики, методики РКИ и коммуникативного поведения людей разных национальностей. Поэтому на российско-китайском материале мы попытаемся обозначить те проблемы, которые, на наш взгляд, необходимо решать при описании любого межнационального дискурса.

Межнациональный дискурс синкретичен и охватывает широкую сферу коммуникативного взаимодействия людей двух (или нескольких) национальностей. Отсюда к конкретному межнациональному дискурсу приложимы наименования типа: «российско-китайский», «российско-немецкий», «российско-американский», «российско-европейский» и т.д. Понятие «межнациональный дис-

курс» объединяет частные дискурсивные практики (форматы дискурса): межнациональный педагогический дискурс, межнациональный политический дискурс, межнациональный рекламный дискурс, межнациональный научно-методический дискурс, межнациональный теле-и радиодискурс, межнациональный туристический дискурс и др. С опорой на дискурсивные исследования В.И. Карасика, и прежде всего – на его описание институционального дискурса по определенной схеме [Карасик 2002:209], попытаемся представить наше понимание межнационального дискурса и его модели (схемы анализа).

Под межнациональным дискурсом, с одной стороны, мы понимаем речь и ее порождение – текст, взятые в контексте межнационального взаимодействия. С другой стороны, межнациональный дискурс можно рассматривать как совокупность самых разных дискурсивных практик (частных разновидностей дискурса, его форматов), включающих развернутые во времени прямые и опосредованные контексты взаимодействия людей, принадлежащих к разным культурам, а часто и к языковым семьям.

Следует отметить, что взаимодействие людей, принадлежащих к двум или нескольким национальностям, может быть а) межличностным; б) межинституциональным; в) межязыковым; г) межтекстовым и д) междискурсивным. Взаимодействие понимается нами широко: и как совместное действие людей двух разных национальностей (например, это совместная работа по созданию учебника по русскому языку как иностранному или совместная работа иностранного аспиранта и его научного руководителя, направленная на поиск научной истины), и как речевое взаимодействие в рамках двух языков, двух языковых сознаний, двух лингвокультур, двух менталитетов, взятое в ракурсе четырех основных видов речевой деятельности: говорения, слушания, письма и чтения – в совокупности с экстралингвистическими факторами и ситуативным контекстом. Отсюда при анализе и описании межнационального дискурса в любом его формате очень важен такой компонент дискурсивной модели, как бинациональность (или полинациональность) участников дискурса. МЫ пишем ДЛЯ НИХ, СОВМЕСТНО С НИМИ, О НИХ; ОНИ, в свою очередь, пишут ДЛЯ НАС, О НАС, СОВМЕСТНО С НАМИ. МЫ говорим С НИМИ, ОНИ говорят С НАМИ. МЫ воспринимаем ИХ, ОНИ –

НАС. МЫ ориентируемся на НИХ, ОНИ – на НАС. Мы адаптируемся К НИМ, ОНИ – К НАМ. МЫ интерпретируем ИХ речевое/текстовое явление, ОНИ – НАШЕ и т.д. Отсюда описание межнационального дискурса предполагает **МНОЖЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОЧЕК СОПРИКОСНОВЕНИЯ ЛЮДЕЙ РАЗНЫХ НАЦИОНАЛЬНОСТЕЙ**, говорящих на разных языках и имеющих разное языковое и текстовое сознание.

Примером реализации такого понимания межнационального дискурса может служить деятельность китайско-российского телеканала (ССТV), который предлагает российским телезрителям передачи о Китае на русском языке, уроки китайского языка, проводимые российскими преподавателями и т.д. В данном случае ОНИ **СОВМЕСТНО С НАМИ** (телеведущими передач являются и русские, и китайцы) осуществляют коммуникативную деятельность **ДЛЯ НАС** в рамках межнационального китайско-российского радиодискурса. Заметим, что, с нашей точки зрения, название формата межнационального дискурса целесообразно давать по агенту – субъекту-инициатору действия. В приведенном выше случае инициатором общения является китайская сторона, поэтому мы называем дискурс «китайско-российский». Если же инициатором является российская сторона (примером может служить реклама российских вузов, нацеленная на привлечение китайских студентов), то дискурс лучше назвать «российско-китайский».

В связи с этим хотелось бы подчеркнуть следующее: не следует смешивать межнациональный дискурс с параллельными дискурсами (российский политический дискурс – китайский политический дискурс; российский педагогический дискурс – китайский педагогический дискурс и др.). Эти дискурсы могут быть описаны в **ПАРАЛЛЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ КЛЮЧЕ**, например при раскрытии темы «Метафорическое моделирование в российском и китайском политическом дискурсе». Раскрытие данной темы предполагает выявление закономерностей метафорического моделирования: а) в российском политическом дискурсе; б) в китайском политическом дискурсе; в) сопоставление репертуара и иерархии метафорических моделей в двух видах дискурса. В этом случае речь идет о двух дискурсах, объединенных общей сферой общения – политической. В свою очередь, описание какого-либо формата межнационального дискурса или какой-либо его состав-

ляющей должно идти в ЕДИНОМ КЛЮЧЕ, например: «Специфика жанра объявления в китайско-российском рекламном дискурсе». Раскрытие такой темы, на наш взгляд, предполагает, что при текстопорождении рекламного сообщения взаимодействовали две национальные стороны: китайский автор – российский адресат (или китайский автор – российский редактор – российский адресат). В этом случае речь идет об одной разновидности дискурса – межнациональном китайско-российском рекламном дискурсе. И т.д.

Мы считаем, что основные проблемы описания межнационального дискурса заключаются, во-первых, в неоднородности последнего, так как он является совокупностью частных дискурсивных практик, соотнесенных с той или иной сферой деятельности; во-вторых – в необходимости и одновременно достаточной сложности осмысления характеристик межнационального дискурса в его конкретной разновидности, а в-третьих – в пересекании различных дискурсивных форматов в реальном межнациональном общении.

Приведем наиболее общие характеристики межнационального дискурса, заметив в скобках, что учет последних желателен и даже необходим при исследовании и параллельных дискурсов.

1. Национальная специфика дискурса.

Чтобы корректно описать национальную специфику любой разновидности межнационального дискурса (российско-китайского экономического дискурса, российско-китайского художественного дискурса и др.), необходим учет если не всех, то хотя бы нескольких факторов, наиболее часто актуализируемых в дискурсивной практике. Это:

***Широко понятая национальная форма выражения мысли на уровне устного/письменного текста или отдельного высказывания.** Так, при описании межнационального взаимодействия в рамках художественного дискурса, где автор – китаец, а читатель – россиянин, обязательно должны быть учтены различия в формах оценки героев. «Оценка героев может быть дана при помощи терминов родства, которые обычно употребляются в обращениях: *«старший брат»*, *«младший брат»*, *«дядюшка»*, *«дедушка»*, *«кума»*. Самые частотные – это слова *«гагэ»* (*старший брат*) и *«диди»* (*младший брат*), которые употребляются обычно в паре и характеризуют подчиненное положение одного из персо-

нажей», - пишет Н.Н. Репнякова, исследуя картину мира в китайских сказках о животных [Репнякова 2009:348-349]. А при описании межнационального взаимодействия в рамках рекламного китайско-русского дискурса необходимо иметь в виду, что для китайца, пишущего на русском языке, характерны: излишняя для рекламного текста длина предложений, избыточная относительно темы и общего объема текста информация, неточное словоупотребление, стилистически некорректные конструкции, неверное представление числительных и некоторые другие особенности, связанные с различием двух неродственных языков на всех уровнях языковой системы, ср., отрывок из рекламного путеводителя по Шанхаю (текст приведен в оригинале):

В период исторического развития Шанхая, полного превратностей судьбы, от вынужденного открытия его внешнему миру до учреждения в 30-ых гг. 20 в. иностранных концессий, вплоть до формирования международного мегаполиса, ул. Донолулу и прилегающая к ней территория наиболее полно отражают этот исторический отпечаток и культурный ракурс.

***Национальная концептосфера и система концептуальных представлений.** Система концептуальных представлений в разных лингвокультурах различна. Так, полученные в ходе ассоциативного эксперимента данные о различиях представлений, связанных с концептом «счастье», свидетельствуют о следующем (слова-реакции представлены в цитируемом фрагменте по степени убывания частотности): «Доминирующими признаками при поиске синонимов русской лексики «счастье» выявились «любовь», «радость», «удача», «успех»; в ассоциативном синонимическом ряду китайской лексики - «веселье», «радость», «здоровье», «любовь». Получается, что в основе понимания категории «счастье» в китайском сознании лежит не чувство (ср. рус. «любовь»), а состояние – кит. «веселье». Стоит отметить, что веселье, радость воспринимается китайцами как проявление счастья» [Глотова, Клапотовская 2009:238]. Необходимо иметь в виду и то, что концептуальные представления одной лингвокультуры заимствуются и осваиваются иными культурами. Чужая концептосфера становится для людей иной национальности имманентной, что произошло, например, с китайским концептом «фэн-шуй», вошедшим в настоящее время в концептосферу многих народов.

***Национальные нормы, символы и традиции.** Знание/незнание последних во многом обуславливает успех или неудачу в межнациональном общении. Так, розовый цвет в российской культурной традиции ассоциируется с розой (светло-алый), а в китайской традиции – это светло-красный цвет, не вызывающий ассоциативных представлений о розе; желтый – ассоциируется в российской культурной традиции с цветом яичного желтка, спелых злаков, золота, а в китайской традиции – с золотом, подсолнухом, цветками китайской тыквы и т.д. [Гуз 2009:1999]. Различия наблюдаются и в символике чисел. Так, число 4 в российской культурной традиции указывает «на любовь», а в китайской – «на смерть»; 666 в России считается «числом дьявола», а в Китае – это символ богатства.

***Национальные (вербальные и невербальные) особенности коммуникативного поведения,** очень важны для описания обиходно-бытового и делового дискурсов. Так, «специфической особенностью русского языка является обилие и разнообразие суффиксальных форм имени... Наиболее употребительны обращения-имена со следующими суффиксами: *-очк-* (*Лена-Леночка*), *-еньк-* (*Катя – Катенька*), *-ушк-* (*Егор - Егорушка, Люба - Любушка*)... Что касается китайского языка, то суффиксальные формы обращения по имени в нем не употребительны, так как чинопочитание остается в настоящее время, как и прежде, одной из наиболее прочных норм поведения народа» [Елфимова, Тан Сюецзин 2009: 204-205]. Различий в коммуникативном поведении россиян и китайцев множество. Например, в России документы (паспорт, деньги), как правило, подают одной рукой, а в Китае – двумя – в знак уважения. В Китае на улице практически невозможно встретить целующуюся пару, в России это частое явление. В русских ресторанах благодарят словесно («*Спасибо за прекрасный ужин!*»), а в китайских гость иногда может вместо слов стучать пальцами по столу и т.д.

***Национально-ментальные особенности языкового сознания** находят отражение как в содержании, так и в форме высказывания. Так, безличные конструкции, очень характерные для русской речи, абсолютно не характерны для китайской речи, и это имеет глубинные национально-ментальные корни. Для россиян «стремление не называть себя в качестве деятеля восходит к языческому периоду. Среди основных причин, вызвавших исчезнове-

ние в предложении субъекта/деятеля, исследователи отмечают умалчивание имени тотема и незнание законов природы, вызвавших то или иное явление или состояние. С этой точки зрения бессубъектная (неагентивная) форма предложения может быть отнесена к «конспирированной ранее сакральности»... Но в китайском языковом сознании человек всегда выступает носителем активного начала, что сделало невозможным возникновение аналогичных конструкций в языке» [Владимирова 2009:23-24].

В качестве примера отсутствия в китайском языке бессубъектных конструкций приведем не совсем корректные, требующие правки переводы с китайского языка на русский язык :

а) Ей было уютно в мягком кресле.

Та хэнь шу фу ди цзо цзай ша фа шан.

Она сидит в мягком кресле очень уютно.

б) Им было холодно в нетопленной комнате.

Та мэнь цзай мэй ю шао нуань ци дэ фан цзянь ли хэнь лэн.

Они сидят в нетопленной комнате холодно.

в) Раненому уже было значительно лучше.

Шан юань дэ бин цин и цзин мин сянь хао чжуань.

Раненый уже значительно восстановил.

2. Широкий дискурсивный контекст, под которым мы понимаем взаимоотношения двух государств в тот или иной исторический период, динамические изменения или смену политического режима, влияющие на содержание, форму и прагматическую рамку высказываний. Так, во время культурной революции, длившейся с мая 1966 года по октябрь 1976 года, были ограничены как межгосударственные контакты России и Китая, так и межличностные отношения, что не могло не повлиять на контент межнационального дискурса, на репертуар, форму, содержание и тональность текстов, входящих в его состав, и т.д.

3. Пространственно-временная организация дискурса.

Хронотоп межнационального общения целесообразно рассматривать в зависимости от вида дискурса. В обиходно-бытовом дискурсе – это диалоги, слабо развернутые во времени (дружеские беседы, диалоги-просьбы, диалоги – выяснение положения вещей и др.). Со своей стороны, межнациональное взаимодействие в газетно-журнальном дискурсе в достаточной степени развернуто во времени и пространстве. Китайско-российские и российско-китайское взаимодействие, отраженное в газетно-журнальном

дискурсе. не прерывается почти целый век. Примером может служить временной промежуток между публикацией интервью знаменитого китайского актера Мэй Лань-фана в советских газетах 1935 года и публикацией в ряде СМИ текста выступления Д. Медведева в центре русского языка Даляньского института иностранных языков в сентябре 2010 года.

4. Участники межнационального дискурса характеризуются в зависимости от вида дискурса: российский преподаватель – китайский студент, и наоборот (в педагогическом дискурсе); китайский автор рекламного текста – российский адресат рекламы в туристическом дискурсе; друзья (россиянин и китаец) в обиходно-бытовом дискурсе; руководители совместных фирм с российской и китайской стороны, а также их подчиненные, поставщики, клиенты, конкуренты - в управленческом дискурсе; научный руководитель с российской стороны и его аспирант, авторы совместного учебника или монографии, участники научной конференции из России и Китая – в научно-методическом дискурсе; китайские и российские юристы, участвующие в составлении международного договора, – в юридическом дискурсе и т.д. Примером участников межнационального российско-китайского дискурса могут являться российский профессор и китайский преподаватель, ср., статью в «Уральском филологическом вестнике»: Коновалова Н.И., Ян Кэ *«Метафорический параллелизм в русских и китайских паремиях»*.

5. Базовые ценности межнационального дискурса – это терпимость, толерантность, отсутствие проявлений ксенофобии, этнофобии, речевой агрессии, стремление к межнациональному диалогу, взаимопониманию, равенству. При описании базовых ценностей межнационального дискурса мы считаем абсолютно необходимым обращение и к этическим (религиозным) ценностям двух культур, отраженным в христианской и конфуцианской философии и морали, например, к понятиям *ЖЭНЬ* («человеколюбие, «человечность», «гуманность») и *ЛИ* (принцип, призванный *устанавливать гармоничные отношения между людьми*). Частной формой репрезентации базовых ценностей являются субъектно-адресатные взаимоотношения, которые зависят от формата дискурса. Так, в российско-китайском педагогическом дискурсе отношения неравенства преподавателя и студента выражены гораздо сильнее, чем в российском педагогическом дискурсе (влияние

иерархической модели общения, господствующей в Китае и перенесенной на российско-китайский образовательный процесс). В обиходно-бытовой, педагогической и некоторых других разновидностях межнационального дискурса есть и еще более частные этические нормы (правила речевого и неречевого поведения), которые нельзя не учитывать, ср.: «Китайцы без стеснения сообщают преподавателю о желании посетить туалет и не видят ничего предосудительного в том, чтобы объяснить свое опоздание на занятие необходимостью отправления естественных потребностей... А вот разговор о человеческих чувствах вызывает смущение: студенты-китайцы избегают публичных проявлений собственных эмоций, разговоров о чужих переживаниях, понять чужое внутреннее состояние тем более не берутся» [Стародубцева 2009: 269].

6. Основная цель межнационального дискурса – установление продуктивного диалога между представителями различных национальностей и культур. Эту цель надо иметь в виду при описании любого формата межнационального дискурса. Ведущая интенция межнационального дискурса реализуется в рамках кооперативной стратегии, направленной на организацию успешного общения в соответствии с принципами взаимодействия, взаимопонимания и сотрудничества. При описании основной и частных стратегий межнационального дискурса, например стратегии перехода от этноцентризма к этнорелятивизму, надо обращать особое внимание на негативные факторы, ведущие к реализации оппозитивной (некооперативной) стратегии. Это, прежде всего, нарушение правила доброжелательного сотрудничества, которое ведет к разного рода проявлениям агрессии, конфликтам, «ингрупповому фаворитизму», то есть формированию позитивного образа лишь своей культуры, установлении ее превосходства над другими.

7. Жанровый корпус межнационального дискурса определяется его разновидностью (рекламный дискурс включает корпус рекламных жанров: слоган, рекламное объявление, рекламную статью и др., а научно-методический дискурс – тезисы, учебники, монографии и т.д.). Описание жанрового корпуса необходимо для любого формата межнационального дискурса. Со своей стороны, мы считаем, что проблемы описания заключаются в различиях между жанровым наполнением корпусов внутринационального и межнационального дискурсов, а также в выявлении специфических признаков собственно межнациональных жанров

и тех текстов, которые создаются совместно. Так, учебник, содержащий сведения о Китае, для китайцев, изучающих русский язык, может иметь параллельную структуру: авторский теоретический материал и система вопросов даются на одной странице на китайском и русском языках, как это сделано, например, в учебнике по страноведению профессора Сунь Вэньфана (переводчики – Н.Э. Гурбанова, С.В. Цыретарова). В свою очередь, как показал анализ Т.В. Васильевой, учебник «Интенсивный курс русского языка как второго иностранного. Научный стиль речи», опубликованный в издательстве «Цзянсу» в 1986 году, сделан преимущественно по принципам хрестоматии: «Учебник составлен из фрагментов учебных пособий, изданных 70-е годы в СССР и написанных такими известными авторами, как Г.И. Володина, С.П. Курганова и др., 1977; А.Р. Арутюнов, Н.С. Ожегова, Ю.Е. Прохоров, 1979; Л.А. Клокова, 1974; В.И. Максимов, 1977; В.И. Митрохина, О.Г. Мотовилова, 1977 и другими... Пожалуй, единственное, чем данный учебник отличается от подобных советских изданий: в нем много комментариев на китайском языке, подробно объясняющих каждое лексико-грамматическое явление, а также задания на переводы с русского на китайский и с китайского на русский языки» [Васильева 2003:116]. Приведенные примеры свидетельствуют, по крайней мере, о двух типах межнационального взаимодействия при создании текста в жанре учебника: авторский учебник – и российские переводчики; хрестоматия из произведений русских авторов – и комментарии и задания китайских русистов.

8. Прецедентные тексты (книги, учебники, публицистические жанры, фраземы, афоризмы, прескрипции, прецедентные феномены и т.д.) играют разную роль в форматах межнационального дискурса. Например, учет прецедентных феноменов (ПФ) важен для описания межнационального художественного дискурса, газетно-журнального дискурса, туристического дискурса, учебно-методического дискурса, рекламного дискурса и некоторых иных форматов. Так, для китайского художественного дискурса очень важен прецедентный феномен «врата Истины», восходящий к классическому роману «Путешествие на Запад» и начинающий *«порог, отделяющий земной мир от небесного»*. Прецедентные феномены-китаизмы обыгрываются и в российском художественном дискурсе, ср. выражение *«благородный муж»*, восходящее к конфуцианскому учению о цзюньцы (*«благородном*

муже»). Прецедентные феномены-китаизмы могут сочетаться с русскими прецедентными феноменами, готовыми и трансформированными выражениями, ср.: *«Буддистом можешь ты не быть, но благородным мужем быть обязан»* (О. Трофимова). Однако роль ПФ гораздо менее значительна для таких форматов дискурса, как экономический, инженерный, управленческий, юридический, поэтому при изучении данных разновидностей ПФ могут быть, на наш взгляд, оставлены вне пристального внимания исследователей.

Таким образом, при описании любого формата межнационального дискурса перед исследователем могут встать, по крайней мере, несколько вопросов:

1. Что именно исследуется: параллельные дискурсы или частная разновидность межнационального дискурса, его формат?

2. Что представляют собой взаимодействующие участники общения с той и с другой стороны? Как происходит их взаимодействие? Осуществляет ли одна национальная сторона коммуникативную деятельность для другой стороны? Является ли оно непосредственной совместной деятельностью или участники взаимодействуют опосредованно: через книги, СМИ, Интернет и т.д.? Так, при описании китайско-российского кино- или теледискурса возможна такая схема: китайский автор источника материала для сериала (например, Ло Гуаньчжун, автор классического китайского романа «Троецарствие») – китайский режиссер и сценарист фильма с одноименным названием – китайские переводчики, составители субтитров на русском языке – российские зрители, для которых предназначен фильм «Троецарствие» с субтитрами на русском языке.

3. Какие жанры, соотносимые с той или иной той или иной разновидностью межнационального дискурса, подлежат отдельному описанию? Какова межнациональная специфика этих форм? В каких случаях необходимо сопоставительное описание? (Примером необходимости сопоставительного описания могут служить российско-китайские и китайско-российские рекламные объявления).

4. Какие характеристики наиболее существенны для анализа той или иной жанровой формы в рамках конкретного формата

межнационального дискурса? Так, обиходно-бытовой межнациональный дискурс (преобладают диалоговые жанры) нельзя в принципе исследовать без учета широких расхождений в национальных обычаях и традициях. Например, если кассир в российском супермаркете спросит у говорящего на русском языке китаец: «*Пакет нужен?*» - то китаец может не понять, о чем идет речь, так как в Китае при покупке продуктов не принято продавать еще и пакеты. В свою очередь, если россиянин, владеющий китайским языком, попросит в китайском магазине селедочки, то китайский продавец даже не поймет, о чем идет речь: в Китае не употребляют селедку, свеклу, творог (кроме соевого) и ряд других привычных нам продуктов питания.

5. Какие различия между участниками общения в рамках той или иной разновидности межнационального дискурса представляются наиболее принципиальными для его описания? Какие факты деструкции межнационального дискурса имеют место быть? С чем связаны причины и помехи, обуславливающие деструкцию дискурса? Каковы наиболее «слабые» места в том или ином формате межнационального дискурса? Как адаптироваться к этим слабым местам, оптимизируя коммуникацию?

6. Какие интеграционные процессы можно выявить при анализе межнационального взаимодействия в том или другом его формате?

В целом описание любой разновидности межнационального дискурса возможно только с учетом лингвокультурологических и национально-ментальных характеристик, которые для российской и китайской культур удачно, на наш взгляд, сформулированы в работе Лань Ся. Это:

*«парадигмы духовности русской культуры, носительницы просвещения, рационализма и гуманизма, вовлечения человека в круг современных цивилизованных отношений, и парадигмы китайских традиционных конфуцианско-патерналистских ценностей, регламентирующих этику поведения, социально-производственную дисциплинированность...;

*межкультурное взаимодействие эндогенных конфуцианских дальневосточных культур, с рациональными, аскетическими, практическими и активными ценностными установками по отно-

шению к внешнему миру, ориентированными на практическое приспособление к миру, сильными традициями трудовой этики, и экзогенных установок русской культуры, выступающей духовной заступницей всех людей независимо от их национальных или религиозных особенностей, но при этом практическую деятельность она не рассматривает самостоятельной духовной ценностью, а считает ее лишь необходимым этапом жизни, подчиненным конечным, высоким духовным ценностям» (Лань Ся : <http>).

Ключевое слово в трактовке межнационального дискурса – «взаимодействие». В русском языке это слово означает взаимную связь двух явлений, что вполне соответствует и конфуцианским представлениям о **ЖЭНЬ** и **ЛИ** и о благородстве: *«Благородные люди всегда живут в согласии с другими людьми»*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева Т.В. Лингвометодический анализ учебников русского языка для студентов негуманитарных вузов, изданных за рубежом до распада СССР//Проблемы преподавания РКИ в вузах инженерного профиля. – М.:Янус-Ки, 2003. – С. 111-123.

2. Владимирова Т.Е. Межкультурная коммуникация и проблемы развития экзистенциальной лингвистики//Русско-китайские межъязыковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 19-26.

3. Глотова Е.А., Клапотовская К.Е. О некоторых национально-культурных особенностях концепта *счастье* (на примере русского и китайского языков)// Русско-китайские межъязыковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 236-239.

4. Гуз Ю.В. Межъязыковое сопоставление эталонов цветообозначений по данным толковых словарей русского, английского, немецкого и китайского языков// Русско-китайские межъязыковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 191-197.

5. Елфимова, Тан Сюецзин. Обращение как носитель национально-культурной семантики// Русско-китайские межъязыко-

вые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 202-206.

6. Ивинских Н.П. Динамика метафоризации в англоязычном и русскоязычном методическом дискурсе: АКД. - Екатеринбург, 2012.

7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. - 477с.

8. Коновалова Н.И., Ян Кэ. Метафорический параллелизм в русских и китайских пословицах // Уральский филологический вестник. Вып. 3. - Екатеринбург: УрГПУ, 2012. – С. 211-217.

9. Лань Ся. Социальная динамика межкультурных коммуникаций России и Китая. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-dinamika-mezhkulturnykh-kommunikatsii-rossii-i-kitaya>

10. Репнякова Н.Н. Китайская картина мира в сказках о животных.// Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009.- С.347-350.

11. Стародубцева Н.С. Понятие успеха и пути его достижения в китайском обществе// Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009.- С. 270-275.

2. УЧАСТНИКИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

2.1. ОБРАЗ РОССИЯН В СОЗНАНИИ КИТАЙЦЕВ (НА МАТЕРИАЛЕ БЛОГОВ И ФОРУМОВ)

Экономическое сотрудничество Китая и России в последние годы способствовало активизации миграционных процессов в обеих странах: граждане РФ, как и жители КНР, нередко предпочитают жить и работать на территории страны-партнера. Как следствие, с одной стороны, Россия, государство издревле совмещавшее в себе в силу географического положения культуру Востока и Запада, легко приняла традиции Китая: стремление жить по фэн-шуй, моду на восточные платья, открывающиеся повсеместно китайские рестораны. Все это свидетельствует о том, что жители России открыты «ветру» с Востока. С другой стороны, граждане РФ, оказавшиеся на территории Китая, часто испытывают культурный шок, потому что некоторые привычки жителей Поднебесной (часть из которых обусловлена именно культурой) вызывают раздражение и резкое отрицание со стороны русских. Этой теме посвящено уже немало публикаций, особенно в сети Интернет. Данной проблемой занимаются культурологи, социологи, философы, так как серьезные исследования образа Китая в сознании русских являются актуальными и востребованными.

Намного сложнее изучить образ России в сознании китайцев. К сожалению, китайским языком владеет мало русских исследователей, вследствие чего возникает проблема с языковым материалом. Но такие работы нужны, потому что для оптимального взаимодействия (культурного, экономического) необходимо гармонизировать межкультурную коммуникацию. В свою очередь, эта задача требует изучения образа русских, сложившегося в сознании жителей Поднебесной, и поиска лакун в восприятии. Для выполнения этой задачи мы решили обратиться к русскоязычным блогам и форумам, на которых общаются русские и китайцы, временно проживающие или жившие ранее на территории РФ. Какой образ России и ее жителей сложился в сознании китайцев? Попробуем ответить на этот вопрос, опираясь непосредственно на высказывания китайцев (тексты приведены в оригинале).

Многие форумчане подчеркивают ДУАЛИЗМ россиян: *«Я думаю, что в России много умниц и немало дураков»; «У русских есть великодержавный шовинизм, но они не очень уверены в себе, поэтому они немножко нервные и у них крайний характер есть»; «Россия для меня - это бутылка с кетчупом. С одной стороны, меня бесит, что надо долго трясти, чтобы вылилось, а, с другой, раз уж польется, так щедро».*

Русских считают ЛЕНИВЫМИ, неспособными к высоким результатам на работе: *«Уровень управления русской компания тоже не высокий. Бывает, что простое дело становится сложнее из-за какой-то глупости и редко всё в порядке»; «Много пустых земель, которые никто не хочет осваивать. Хотя территория огромная, но хлебопашных земель немного. Наверное, русские не любят пахать землю, поэтому импортируют продовольствие».* Такие высказывания связаны с тем, что китайцы по праву считаются самой трудолюбивой нацией, они всегда нацелены на результат. Многие жители Поднебесной являются собственниками малого бизнеса, работают сами на себя и потому трудятся не «от звонка от звонка», а до тех пор, пока задача не будет выполнена.

В понимании китайцев русские употребляют НЕВЕРОЯТНО МНОГО АЛКОГОЛЯ. Основной причиной этого они считают тот факт, что в России холодная зима, а спиртное – это способ согреться. Парадокс в том, что именно Китай в 2009 году занял первое место по уровню потребления пива. Но почему же китайцы эту пальму первенства отдают русским? На наш взгляд, это обусловлено культурой питания. В Китае практически невозможно на улицах встретить пьяного человека: если кто-то в компании выпил, то его срочно необходимо доставить домой, красный цвет щек, который бывает у выпившего человека – это повод для стыда, никто не должен видеть китайца таким. «Сохранение лица», честь - для китайца очень важные понятия.

В Китае полицейский – это представитель и защитник закона, уровень коррупции в Китае низкий. Китайцы привыкли, что полицейский поможет в тяжелой ситуации, тогда как в России ПОЛИЦЕЙСКИЙ ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК КОРРУМПИРОВАННОЕ ЛИЦО, которое думает, скорее, о личных интересах, а не об интересах граждан, и часто сам находится вне закона: *«В России плохие милиционеры (украли деньги под видом проверки*

пропуска)»; *«Ваша милиция как мафия. Наши документы все нормальные (нормальные – Ю.А.), а ещё деньги надо дать на пиво на сигареты».*

Многие китайцы отмечают ЧИСТОТУ России: *«В России очень чисто!»*; *«Русские любят чистоту».* Тогда как для самих китайцев чистота не свойственна ни в доме, ни на улице, ни в учебной аудитории, хотя в последнее время, особенно в крупных городах, таких, как Пекин, правительство активно борется за чистоту, системой штрафов прививая новую культуру. Теперь за плевок предусмотрен крупный по меркам Китая штраф, тогда как прежде нормальным считалось сплевывать и в транспорте, и в помещении. По верованиям китайцев, нельзя держать в себе плохое, слезы, газы – это сгусток негативной энергии, от которого необходимо незамедлительно избавиться. В небольших городах китайцы до сих пор не сдерживают себя: отыгивают, сплевывают, пускают газы, «кхеркают» и не считают это зазорным. В ресторане упаковку, снятую с посуды, использованные салфетки китайцы бросают на пол, потому что считают, что мусор не должен быть на столе, за которым ешь. Соответственно, в России они не понимают, почему русские все это оставляют на столе.

Китайцев ПРИЯТНО УДИВЛЯЕТ УЛИЧНОЕ ДВИЖЕНИЕ: *«В России машины уступают дорогу пешеходам».* В Китае же немного пешеходных переходов, но достаточное количество светофоров. В Поднебесной очень редко на дорогах можно встретить ДПС. Водители часто нарушают правила, подрезают друг друга, выезжают на встречную полосу. В Шанхае рядом со светофором обязательно стоит дежурный, контролирующий движение пешеходов в соответствии со светофором. Много камер уличного наблюдения. Поэтому, по сравнению с Китаем, движение на российских дорогах можно назвать спокойным, но вот САМИ ДОРОГИ (их качество, дорожные развязки) КИТАЙЦАМ НЕ НРАВЯТСЯ: *«Дороги неровные, маршрут непонятный».* В Китае платные дороги помогают сделать движение скоростным, рациональным и избежать пробок, и это несмотря на большое количество машин. Многие китайцы отмечают, что в России грязные машины. Сами китайцы следят за чистотой автомобилей.

В Китае, действительно, много очередей (например, на автобусной остановке), но они обусловлены большим количеством жителей, к тому же, справедливо заметим, что очереди очень бы-

стро двигаются. В муниципальных учреждениях очередей практически не бывает – этого помогают избежать грамотный менеджмент, помощь со стороны сотрудников банка и автоматизация некоторых процессов заполнения документов. Однако в России китайцы сталкиваются с БЮРОКРАТИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ И ОТСУТСТВИЕМ СЕРВИСА: *«В России серьёзный бюрократизм и мне особенно не нравятся банки и больницы».*

Китайцы ОЧЕНЬ РАДУШНО ОТНОСЯТСЯ К ГОСТЯМ СТРАНЫ, все время пытаются поприветствовать на международном английском языке, просят сфотографироваться с ними, готовы помочь в поиске нужного места, нередко пропускают в очередях, уступают место в общественном транспорте, говорят на английском: «Добро пожаловать в страну!». И каково же удивление жителей Поднебесной, когда в свой адрес в России они в основном получают КСЕНОФОБСКИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ, ПРЕНЕБРЕЖЕНИЕ, НЕУВАЖЕНИЕ, а иногда и НАСТОЯЩУЮ АГРЕССИЮ: *«Немало русских не любят китайцев»; «Они думают что только белые лучше только славянские самые хорошие»; «За что? Что мы им сделали?».*

Китайцев УДИВЛЯЮТ РУССКИЕ ЖЕНЩИНЫ: они считают их красивыми, высокими, но отмечают, что *«они становятся толстыми после родов».* Жители Поднебесной не понимают, почему русские женщины так много курят, тогда как среди китайок редко можно встретить курящую женщину.

В Китае ПРИНЯТО СКРЫВАТЬ СВОИ ЧУВСТВА, поэтому китайцев искренне удивляют влюбленные парочки, целующиеся в публичных местах: *«В институте юноши целуют девушек и это странно».*

Китайцы считают русских ТАЛАНТЛИВЫМИ, ТВОРЧЕСКИМИ ЛЮДЬМИ: *«У русских большой талант артиста, у каждого живое выражение и изложение»; «Россия очень романтична, сама создаёт и поёт романсы, в которых выражена её чистая любовь. Она такая милая и талантливая, что её нельзя не полюбить».* В этом китайцы ощущают близость наших народов: жители Поднебесной, с одной стороны, чтут традиции Пекинской оперы, с другой стороны, очень любят петь караоке. В целом - музыка – это важная составляющая пяти тысячелетней китайской культуры, как и культуры российской.

В Интернет-пространстве есть высказывания китайцев, еще ни разу не бывавших в России, но имеющих представление о ней, благодаря СМИ и системе образования. В Китае до сих пор сильна коммунистическая идеология, пропаганда, и потому образ России в сознании таких китайцев отчасти идеализирован и как будто соткан из телевизионно-газетных фраз: *«С самого детства я уже знаю, что между Китаем и Россией существует братская дружба <... > Мы любим Россию, как любим картины Левитана. Кого бы вы не спросили о природе России, все в один голос отвечают: «Красиво! Чудесно! Просто дар природы!».*

Однако не все китайцы могут сразу ответить, кто является президентом России: *«Среди моих друзей мнение таково, Путин и Медведев - символ герба российской федерации. Но в действительности Россией правит Царь-Путин. Для нас, на небе не бывает двух солнц, император только один».* Фамилия Путин в китайских СМИ встречается намного чаще, возможно, именно потому, что диалог двух стран ведет нынешний Премьер РФ. Он же чаще всех появляется в кадре вместе с Председателем КНР Ху Дзинтао, когда речь идет о стратегическом сотрудничестве Китая и России. Многие китайцы до сих пор помнят, уважают В.И. Ленина, цитируют его. Для многих в диалоге на тему «Откуда вы?» прежнее название «Советский Союз» намного понятнее и привычнее, чем «Россия», потому что Советский Союз на протяжении долгого времени воспринимался Китаем как СТАРШИЙ БРАТ, помогавший в становлении КНР.

Но есть китайцы, которые, напротив, воспринимают Россию КАК ОБИДЧИКА, незаконно завладевшего землями Поднебесной. Вопрос о Дальнем Востоке по-другому, нежели в России, преподносится на уроках истории, и потому некоторые китайцы враждебно настроены по отношению к России: *«По отношению к России у меня врожденная ненависть! <... > Сегодня северный медведь свалился наземь с громким треском - защита от него уже не является проблемой. Вопросы территории - это вопросы ресурсов, а главное, вопрос чести. Северный медведь не только занял наши ресурсы, а еще и нанес оскорбление китайской чести <... > Еще большее количество наших людей видят только то, что временно Китай и Россия являются стратегическими партнерами, что у России есть мощное атомное оружие, и поэтому даже не хотят думать о родной земле на севере. Неужели дей-*

ствительно нет никакой возможности восстановить суверенные права китайцев на Дальнем Востоке?».

Мнение о русских складывается по туристам и бизнесменам, посещающим Поднебесную: *«Русские модные, они покупают дорогую красивую одежду и косметику, чтобы украшать себя»*. В Китае немного крупных торговых центров (молов), где представлены модели итальянских, французских, немецких дизайнеров. Далеко не каждый китаец может позволить себе одеваться в таких бутиках, поэтому жители Поднебесной предпочитают местные китайские бренды или подделки моделей знаменитых дизайнеров. Тогда как русские, приехав в Китай (особенно в города с развитой туристической индустрией), активно занимаются шопингом, что вызывает удивление китайцев. Отчасти поэтому они СЧИТАЮТ РУССКИХ БОГАТЫМИ.

Удивляет китайцев ОТНОШЕНИЕ РУССКИХ К ДЕНЬГАМ (в частности к монетам): если у жителя РФ из рук выпали 10 копеек, он далеко не всегда поднимет их. Именно поэтому так часто на земле, в магазинах около касс можно увидеть валяющиеся однокопеечные, десятикопеечные монеты. Китайцы всегда поднимают упавшие монеты, во-первых, потому что это деньги, и на одни «мо» (копейка) в КНР действительно можно что-нибудь купить, а во-вторых (так объясняют этот факт некоторые китайцы), на монете изображены государственные символы. Нельзя небрежно относиться к государственным ценностям, это неуважение к родине.

В Китае НЕ ПРИНЯТО РУГАТЬ СВОЮ СТРАНУ. Китайцы готовы признавать, что, несмотря на политику открытости и реформ и на то, что по уровню развития экономики Китай вырвался на первое место в мире, многие китайцы живут очень бедно. Они об этом говорят, но не винят в этом правительство. Некоторые жители Поднебесной считают, что ругать правительство - это *«заниматься саморазрушением»*, поэтому их искренне удивляет любовь русских к «разговорам на кухне», в которых корнем всех зол, как правило, выступают политики.

Китайский институт по изучению общественного мнения (SSIC) в 2008 г. провел статистическое исследование «Россия в глазах китайцев». Приведем некоторые выдержки из этого опроса: «53,7% китайских граждан дружелюбно или очень дружелюбно относятся к России. По общему мнению опрошенных, в России

сейчас стабильная политическая ситуация. А что касается преимуществ России, то 60% опрошенных отметили обширную территорию и богатые природные ресурсы». Китайские граждане среди государственных руководителей России и СССР больше всех любят Путина и Ленина и очень позитивно оценивают добрососедские отношения двух стран [russian.china.org.cn].

В заключение отметим, что представление китайцев о России представляет собой синтез стереотипов, штампов, которые ретранслируются посредством СМИ и поддерживаются системой образования, а также субъективных впечатлений, полученных, как правило, в ситуациях, связанных с культурным шоком. Интернет-дискурс с этой точки зрения представляет собой интересный и богатый материал, так как в ряде аспектов Интернет-общение сближается с неформальным общением. Безусловно, тема, намеченная в данной публикации, является перспективной с точки зрения межкультурной коммуникации и нуждается в дальнейшей разработке в рамках межнационального Интернет-дискурса и других дискурсивных форматов.

2.2. ОБРАЗ В.В. ПУТИНА В СОЗНАНИИ КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Президент - лицо нации. Его образ создается целой командой профессионалов, среди которых спичрайтеры, имиджмейкеры, политтехнологи. Выступая на политической арене от лица нации, президент формирует образ своей страны в сознании мировой общественности — это чрезвычайно важно в плане межкультурной коммуникации.

В 2000 году при оценке политической ситуации в России самым частотным был вопрос «Who is mr. Putin?». В настоящее же время фамилия Путин является абсолютным брендом. За В.В. Путиным устойчиво закрепилось звание «одного из самых влиятельных людей на мировой арене».

В Китае популярность В.В. Путина также неоспорима. Одной из самых частотных ассоциаций на слово-стимул «Россия» у китайцев является именно фамилия Президента Российской Федерации, наделяют они ее, как правило, положительной коннотацией.

По данным российского новостного портала «Ньюсленд» в 2011 году на встрече, проходящей на территории Китая, Председатель КНР Ху Цзинтао назвал В.В. Путина «большим другом китайского народа», отметив, что «китайско-российские отношения развиваются очень успешно» (<http://www.newsland.com>).

По мнению бывшего посла Китая в России Лю Гучана, В.В. Путин «сильный правитель», он рассматривает Китай как самого важного стратегического партнера России (<http://www.sohu.com>).

Российский новостной портал Inosmi.ru, делающий обзор китайской прессы после визита Путина в Китай (в рамках саммита ШОС), отмечает, что Путин «вызвал у китайцев восторг».

Сегодня на книжном рынке Китая можно встретить несколько работ о Президенте России — это местные и переводные издания, которые продаются в рядовых книжных магазинах (и в некоторых из них являются «хитами продаж»), что, скорее всего, также свидетельствует об интересе со стороны китайцев к персоне В.В. Путина.

В целом, китайцы оценивают политику Путина как ориентированную на развитие отношений с КНР, о чем свидетельствуют проводимые по его инициативе «Год русского языка в Китае», «Год китайского языка в России», «Год русского туризма в Китае», «Год китайского туризма в России». Безусловно, это является значительным шагом в сторону улучшения непростых российско-китайских отношений. «Недобрая память о событиях XVII в., русско-китайском конфликте 1900 г. не растворилась в китайском сознании во второй половине прошлого века. Жива она и поныне. В музеях приграничных городов заметное место отведено экспозициям, которые в негативном свете рисуют образ русских XVII–XIX столетий. Не секрет, что китайские учебники и исторические труды по-прежнему воспитывают население в духе критики российского экспансионизма. Оценка российской политики XIX — начала XX в. как политики колониальных захватов известна каждому китайскому школьнику. При этом далеко не каждый житель приграничных регионов помнит, что в недавнем прошлом были урегулированы все спорные вопросы демаркации границы и китайские власти более не имеют претензий к российской стороне. Зато жители хорошо помнят о драматической истории подавления «заморскими чертями» восстаниях ихэтуаней» (Забияко, Кобызев, Понкратова: <http://rudocs.exdat.com/docs/index186820.html?page=10>).

Такое восприятие русского народа характерно для пожилого и взрослого поколения Китая. Молодежь, безусловно, подвергается воздействию «антироссийских» настроений, но при этом имеет возможность (правда, не факт, что пользуется ею) составить свое представление о русских, благодаря личным контактам с русскими сверстниками и частично доступной информации в сети Интернет.

В качестве объекта исследования мы выбрали представления молодых людей о русских. Предмет исследования — образ Президента России В.В. Путина в сознании китайской молодежи. Цель статьи - описать образ Путина, сложившийся в сознании молодежи под влиянием различных факторов, и оценить его объективность. Мы исходим из гипотезы о том, что сложившийся образ Путина не вполне соответствует реалиям, идеализирован, приближен к портрету типичного русского, складывается под влиянием официальных китайских СМИ и субъективных представлений студентов.

Материалом для данной статьи послужили результаты проведенного нами опроса. В роли респондентов выступили 100 студентов Цилиньского института русского языка и Янминского профессионального училища (г. Чанчунь).

Традиционно понятие имиджа политика включает две составляющие: информативную, которая представляет собой образ объекта, сложившийся в сознании населения; и оценочную, которая отражает качественную оценку населением деятельности политика. В своем исследовании мы решили рассмотреть первую, то есть информативную составляющую образа В.В. Путина, так как анализ второй составляющей требует более глубокого анализа и его результаты вряд ли могут быть изложены в рамках формата статьи.

Студентам было предложено ответить на 7 вопросов:

1. Сколько лет В.В. Путину?
2. Какой рост у Президента России?
3. Какой характер у В.В. Путина?
4. Кто В.В. Путин по образованию?
5. Какими иностранными языками владеет В.В. Путин?
6. Каким видом спорта занимается?
7. Есть ли у Президента России дети? Если есть, то кто - сын или дочь?

Русский человек практически безошибочно может дать ответы на все эти вопросы (точно или приблизительно), так как действия PR-команды Президента России направлены на формирование четкого образа политического лидера в сознании массового недифференцированного адресата: сюжеты в вечерних выпусках новостей федеральных TV-каналов, портретные очерки в рамках аналитических программ и даже художественный фильм «Поцелуй не для прессы» - все эти действия призваны создать образ живого человека, а не робота, управляющего страной.

Чтобы оценить ответы китайских студентов на соответствие реальности и понять их специфику, приведем следующие биографические данные В.В. Путина.

1. В 2012 году Президенту России исполнилось 60 лет. Это событие широко освещалось в российской прессе. Некоторые политологи заговорили о том, что ранее создаваемый образ «мачо» (об этом образе, например, говорит зав.кафедрой политологии НИУ ВШЭ Л. Поляков) будет постепенно вытесняться новым образом «мудрого патриарха».

2. Рост В.В. Путина (по данным из разных источников) колеблется от 169 до 171 см., что по русским меркам оценивается как «невысокий», «средний». На фоне премьера и бывшего президента Д.А. Медведева В.В. Путин смотрится выигрышно, но на общих фотографиях, например с Президентом США Б. Обамой, явно проигрывает — именно поэтому российские СМИ чаще публикуют фото и кадры, где оба политика сидят за столом и практически одного роста. Для русских немаловажно, чтобы их лидер был не низкого роста: недаром столько Интернет-карикатур вызвал низкий рост Д.А. Медведева.

3. Какой характер у Путина? - на этот вопрос в качестве ответа приведем данные опроса 2001 года ФОМ, потому что именно в тот период было принято говорить о характере новой политической фигуры (важно, что В.В. Путин оценивался народом в сопоставлении с ушедшим с поста Б.Н. Ельциным): «По данным ФОМ, более всего россиянам импонируют волевые качества президента (25% опрошенных), деловые качества (17%) <...> Далее в порядке убывания следуют открытость и деловитость и умение излагать свои мысли. Среди отрицательных качеств главы государства сограждане чаще всего отмечают нерешительность, отсутствие за словами реальных дел и несамостоятельность (Иличев:

<http://www.levada.ru/03-07-2002/ne-sotvori-sebe-kumira-obraz-vladimira-putina-kak-fenomen-massovogo-soznaniya>).

4. По образованию В.В. Путин — юрист, кандидат экономических наук. В рамках данного пункта, также отметим, что нынешний Президент России был директором ФСБ — этот факт также не раз освещался в прессе. Именно работой в спецслужбах политтехнологи объясняют любовь Путина к употреблению в публичной речи вульгаризмов и жаргонизмов.

5. Путин практически в совершенстве владеет немецким языком. В сюжетах в рамках вечерних новостей по федеральным каналам не раз показывали, как В.В. Путин ведет переговоры с представителями Германии на немецком языке, что, конечно же, импонирует немцам, а для россиян, по мнению имиджмейкеров, должно быть предметом гордости: «Наш Президент очень образованный, даже политические вопросы может решать на иностранном языке». Также В.В. Путин немного говорит на английском (в рамках одного благотворительного вечера он даже исполнил песню на английском языке — что опять же стало ярким информационным поводом для российских и иностранных СМИ).

6. В 1999 году вышла книга В. Путина «Учимся дзюдо с Владимиром Путиным» - он достиг в этом виде спорта больших успехов. Также Путин увлекается горными лыжами, активно содействуя развитию горнолыжных курортов России (можно говорить о том, что в России зародилась своеобразная традиция, согласно которой каждый президент «продвигает» свой вид спорта: Б.Н. Ельцин - волейбол и большой теннис, Д.А. Медведев - бадминтон). Вообще, аналитики отмечают, что увлечение спортом и активным отдыхом — важная часть образа действующего Президента Российской Федерации, который должен быть «примером нации».

7. Личная жизнь В.В. Путина освещается в российской прессе довольно слабо. Некоторые аналитики-политологи говорят о том, что эта сторона жизни Президента намеренно затушевывается (в сравнении с М.С. Горбачевым, чья супруга Р.М. Горбачева играла немаловажную роль в принятии политических решений). Однако россияне знают, что у Президента есть супруга Л. Путина и две дочери. В сюжетах новостей Президента России редко можно увидеть в сопровождении первой леди страны как на официальных мероприятиях, так и на неофициальных. Романтический

ореол отношениям Путина с супругой придал художественный фильм об их истории знакомства «Поцелуй не для прессы».

Перейдем к анализу ответов китайских студентов на вопросы о В.В. Путине.

На вопрос о возрасте Президента России мы получили очень разные ответы: минимальный возраст, названный студентами, — 38 лет, максимальный — 63. Средняя же цифра 51 год. Таким образом, В. Путин представляется китайским студентам более молодым, чем на самом деле, — возможно, из-за пропагандируемого им активного образа жизни, общей подтянутости, а также потому, что китайцам трудно определять возраст европейцев по внешнему виду. Сказанное имеет следствием тот факт, что китайские студенты при ответе на данный вопрос опирались на личные интуитивные представления о возрасте В. Путина.

На вопрос о росте В.В. Путина мы также получили очень разные ответы: минимальный рост, приписываемый Президенту России, - 165 см, максимальный 183 см. Среднее представление о росте - 175 см. По меркам китайцев, Путин — высокий человек. Напомним, что согласно энциклопедическим данным, средний рост китайского мужчины - 165 см, а женщины - 155 см (по данным Википедии). На фотографиях с предыдущим Председателем КНР Ху Цзинтао, публикуемых в китайской прессе, — Путин практически одного роста с ним (что идеологически может быть ассоциировано с равным положением стран на мировой арене). В работе Я. Полухиной, есть вывод о том, что, по мнению китайцев, русские - высокие люди (Полухина: www.ront.ru/news.php?extend.566). И В.В. Путин, согласно этому, - типичный представитель нации, хотя сами русские оценивают его рост как «средний» и даже «низкий».

На вопрос о характере Президента Российской Федерации были получены следующие характеристики: «серьезный», «веселый», «легкий», «открытый». Самыми частотными являются прилагательные «добрый», «сильный» (первая черта нетипична для русского восприятия: бывший работник ФСБ не наделяется россиянами данной характеристикой). Китайцы склонны делить мир на «добро» и «зло» (биполярное восприятие мироустройства), и Путин выступает как представитель «доброго полюса». При первом знакомстве китаец, узнав, что собеседник из России, часто замечает: «Я думаю, Путин — хороший человек». Результатом

исследования Н.Б. Боковой является вывод о том, что «в современном политическом контексте наиболее положительно на восприятии России сказывается исключительно образ ее политического лидера, В.В. Путина» (Бокова 2011: <http://nauka-pedagogika.com/psihologiya-19-00-12/dissertaciya-politikopsihologicheskij-analiz-obraza-rossii-v-massovom-soznanii-grazhdan-knr>).

В исследовании Я. Полухиной образа русского в сознании китайца отмечены как типичные следующие черты характера: «открытость», «энергичность», «общительность», «любопытность», «смелость», «жизнерадостность», «добродота». В рамках нашего исследования Путин идеально вписывается в концепцию «типичный русский».

На вопрос о характере В.В. Путина, мы получили несколько ответов, дающих оценку не его характера, а интеллектуальных способностей (36 респондентов оценили Президента РФ как «умного») и внешнего вида (12 респондентов назвали В.В. Путина «стильным»). Любопытно, что китайские студенты ничего не знают о том, что в России в 2012 году после выборов Президента ситуация характеризовалась как нестабильная, что в РФ проходили митинги «несогласных», считающих результаты выборов сфальсифицированными, и что среди протестующих немало молодежи. Возможно, отсутствие данной информации обусловлено сильной цензурой в китайских СМИ, защищающих правящий режим.

На вопрос об образовании мы получили любопытные ответы: единичные ответы «учитель», «медбрат», «юрист», «артист», 6 студентов считают, что В.В. Путин «учился на ученого», 10 респондентов считают, что Президент России «учился на бизнесмена», 12 респондентов решили, что он по образованию «шпион» (вероятно, здесь определенную роль сыграла информация о работе Путина в спецслужбах), 68 ответили, что В.В. Путин по образованию переводчик. Однозначно нельзя сказать, что послужило основанием для такого ответа. Возможно, поводом может быть выступление В.В. Путина на политических встречах на иностранных языках (еще раз заметим, что по-немецки Президент России говорит отлично).

На вопрос о том, какими иностранными языками владеет Президент РФ, мы получили следующие ответы: «английский» (44), «немецкий» (26), «китайский» (19), «французский» (11). На китайском В.В. Путин не говорит, зато китайский язык изучает

одна из его дочерей. В скобках заметим, что многие китайцы уверены в том, что все русские свободно владеют английским языком, что не соответствует действительности. Сам В.В. Путин, как отмечает «Википедия» «немного» говорит по-английски.

На вопрос о том, каким видом спорта занимается В.В. Путин, мы получили следующие ответы: «футбол» (42), «баскетбол» (25), «дзюдо» (23), «большой теннис» (5), «гольф» (4), «пинг-понг» (1). Самый популярный вид спорта в России, по данным Министерства спорта РФ, - футбол, что, скорее всего, и отразилось в ответах китайских студентов. Сами же китайские студенты в последнее время предпочитают баскетбол и, возможно, поэтому «баскетбол» в нашем опросе на втором месте. Осведомленность некоторых студентов о настоящем спортивном увлечении В.В. Путина позволила «дзюдо» попасть в тройку самых частотных ответов.

На вопрос о том, есть ли у В.В. Путина дети, и, если есть, то какого они пола, мы получили следующие ответы. Сто процентов респондентов ответили, что дети (ребенок) есть. Но о том, какого они пола и сколько их, — мнения разошлись. 4 человека считают, что у Путина пять детей (возможно, они так решили потому, что слышали о том, что в России действует программа стимулирования рождаемости). 6 респондентов полагают, что у Путина трое детей. 18 человек считают, что у Путина одна дочь (в Китае действует политика «одного ребенка» и, возможно, китайские студенты накладывают данный стандарт на Россию). 5 человек полагают, что у Путина один сын (напомним, что в Китае как негативное следствие «политики одного ребенка» наблюдается демографический перекос в сторону мужчин). 67 респондентов абсолютно верно ответили, что у Президента России две дочери, некоторые из студентов даже назвали их имена и профессии, что, скорее всего, свидетельствует о реальном интересе к персоне российского политического лидера и его личной жизни. Данная информация находится в открытом доступе (сведения можно найти в рунете), тогда как в Китае не принято обсуждать личную жизнь публичных людей (политиков, звезд эстрады и т. д.), - эта информация, как правило, закрытая.

На вопрос «Откуда вы узнаете информацию о В.В. Путине?» мы получили следующие ответы: «по телевизору», «из газеты», «из книг», «от преподавателя». Анализ полученных ответов позволил нам разделить мнение о том, что «ведущим фактором в

формировании у китайцев образа России и русских является личный опыт. Большая роль отводится СМИ: значительное влияние при формировании мнения о другом народе оказывают официальные источники» (Забияко, Кобызов, Понкратова: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-186820.html?page=10>).

В целом можно отметить, что образ российского политического лидера в сознании китайской молодежи, действительно идеализирован и нередко не соответствует реалиям. К тому же образ В.В. Путина наделен чертами «типичного русского», что доказывает нашу гипотезу о том, что Президент России воспринимается китайскими студентами как лидер русской нации, в котором гармонично сочетается «все типичное русское».

В качестве перспективы исследования было бы интересно опросить пожилых китайцев и сопоставить две точки зрения на фигуру В.В. Путина.

В заключение можно сделать вывод о том, что образ В.В. Путина имеет положительную оценку в представлении китайской молодежи и потому благоприятно сказывается на имидже России. Все это создает базу для дальнейшего развития взаимовыгодных партнерских отношений между Китаем и Россией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Российский новостной портал // <http://www.newsland.com>
2. Читинский новостной портал // <http://www.sohu.com>
3. Забияко А.П., Кобызов Р.А., Понкратова Л.А. Русские и китайцы: этномиграционные процессы на Дальнем Востоке. Под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: АмГУ. – 431 с. // <http://rudocs.exdat.com/docs/index186820.html?page=10>
4. Ильичев Г. Не сотвори себе кумира (Образ Владимира Путина как феномен массового сознания) // <http://www.levada.ru/03-07-2002/ne-sotvori-sebe-kumira-obraz-vladimira-putina-kak-fenomen-massovogo-soznaniya>
5. Полухина Я. Типичный русский в представлении китайских студентов // www.ront.ru/news.php?extend.566
6. Бокова Н.Б. Политико-психологический анализ образа России в массовом сознании граждан КНР. Автореф. дис. на соискание уч. степени к. полит. н., М. – 2011 // <http://nauka-pedagogika.com/psihologiya-19-00-12/dissertaciya-politiko-psihologicheskij-analiz-obraza-rossii-v-massovom-soznanii-grazhdan-kr>

2.3. ПРЕСКРИПЦИИ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ: СУБЪЕКТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА

По таким компонентам прагматической рамки текстов, входящих в межнациональный дискурс, как автор и адресат (то есть участники дискурса), жанры любого межнационального дискурса можно дифференцировать на двухсубъектные, трехсубъектные, и даже четырехсубъектные и более. К двухсубъектным жанрам можно отнести межличностные диалоги двоих людей, принадлежащих к разным национальностям; к ним же относятся и формы группового общения. Например, это беседа российского преподавателя, с одной стороны, с группой иностранных студентов (коллективный адресат) – с другой. Возможны и четырехсубъектные жанры, к которым относится, к примеру, книга «Продана» (М.:Рипол-классик, 2009). Эта книга написана двумя авторами - шведкой Верой Эфрон СОВМЕСТНО с русской девушкой, прошедшей ужасы торговли людьми, и предназначена как для шведов, так и для русских (книга вышла на двух языках). Приведем отрывок из интервью с В. Эфрон, который свидетельствует о полисубъектности указанного текста (книгу можно считать и пяти-субъектной, так как в ее создании участвовал переводчик с шведского языка на русский):

...Я профессиональный писатель, и это помогло мне уговорить Наташу вместе поработать над книгой, но при условии анонимности Наташи.

- Как шла работа над этой книгой?

- Наташа рассказывала мне свою историю, а я ее записала. Поскольку я писала на шведском языке, пришлось для Наташи делать русский перевод, чтобы она могла одобрить текст.

Чаще всего тексты, реализующие в межнациональном дискурсе прескрипционную интенцию, относятся к трехсубъектным жанрам: КТО (к какой национальности относится автор?) – О КОМ (о какой стране и о людях какой национальности идет речь?) – ДЛЯ КОГО (для людей какой национальности текст предназначен?). «Прескрипционная составляющая носит предписывающий характер (что надо делать и как это надо делать в общении) и запретительный (чего не надо делать) [Прохоров, Стернин 2007:98]. Прескрипционные тексты крайне важны для успешного общения

в рамках любого межнационального дискурса, так как именно они содержат рекомендации и запреты социокультурного характера, от которых во многом зависит «исход контакта между «своим», «чужим» и «другим»» [Гришаева, Цурикова 2003:141], ср.: «СВОЕ, ЧУЖОЕ И ДРУГОЕ опознается по системе вербальных и невербальных маркеров, которые можно условно развести на две группы: индивидуально-физиологические и социокультурные; последние имеют особый вес, поскольку их влияние на процесс и результат межкультурного взаимодействия является решающим» [Там же].

Прескрипционные тексты межнационального характера известны на Западе давно. Они употребляются для обслуживания как деловой, так и туристической сфер общения, иногда им придается жанровая форма заповеди, ср. фрагмент из «Десяти заповедей для тех, кто ведет дела в Японии»:

Всегда старайтесь быть официально рекомендованным тому лицу или фирме, с которыми вы хотите иметь дело. При чем рекомендующий вас человек должен занимать по крайней мере столь же высокое положение, как лицо, с которым вы хотите познакомиться. Имейте в виду также, что вы становитесь перед рекомендателем в долгу, который в свое время надо будет оплатить» [Джек Суорд (США), Еще раз о японцах. 1971. Цит по: Овчинников 1988].

В межнациональном дискурсе, участниками которого являются россияне, прескрипционные тексты получили большое распространение с начала 90-х годов XX века, и прежде всего - в связи с развитием зарубежного туризма. Россияне, большинство из которых не выезжали ранее за границу, нуждались в знаниях о правилах поведения в той или иной стране, и туристические проспекты немедленно стали восполнять эту лакуну в форме инструкций и советов выезжающим, ср., например, текст, в котором прескрипционная составляющая представлена комплексно: в форме советов и в форме запрета:

Влияние ислама на повседневную одежду в Тунисе сведено к минимуму, тем не менее из уважения к традициям, по столице и старым мусульманским кварталам городов ЛУЧШЕ НЕ ХОДИТЬ В ШОРТАХ И ОТКРЫТЫХ МАЙКАХ...

В Тунисе есть символическая традиция. Мужчины за ухом носят букетик жасмина. Женатые носят его за правым

ухом, а холостые за левым. ТУРИСТАМ ЛУЧШЕ ЭТОГО НЕ ДЕЛАТЬ, ЭТО БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ СМЕШНЫМ.

Во время священного месяца Рамадан до захода солнца нельзя ничего ни есть, ни пить. Эти ограничения, конечно, не относятся к туристам. Но, из уважения к чувствам верующих, ЛУЧШЕ ВОЗДЕРЖИВАТЬСЯ ОТ КУРЕНИЯ, ПИТЬЯ И ЕДЫ НА УЛИЦАХ ГОРОДОВ И В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ...

ЗАПРЕЩЕНА ФОТОСЪЕМКА В ОФИЦИАЛЬНЫХ ЗДАНИЯХ И ФОТО/ВИДЕОСЪЕМКА ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДВОРЦА [Сезонный каталог компании «Инна тур»].

В настоящее время, в связи с увеличением межнациональных контактов в разных сферах общения, наблюдается отчетливо выраженная тенденция к расширению жанрового корпуса прескрипционных текстов и усложнению их организации. Обобщенную модель прескрипционного текста можно представить следующим образом:

Тематико-смысловое содержание: социокультурные нормы другой страны; ментальные характеристики ее жителей.

Структура – зависит от первичности или вторичности жанра. Так, информация в жанре инструкции, в ее первичной «чистой» форме, представлена в соответствии с достаточно строгой логикой: текст четко рубрицирован, используются слова, обозначающие последовательность действий (*сначала, затем, после этого и др.*), вводные слова (*во-первых, во-вторых*) и т.д. Однако инструкция в рамках вторичного жанра, например книги о другой стране, часто теряет свою четкость и последовательность, ее текст синкретизируется с другими жанровыми формами (жанровая амальгама).

Стиль (речевое оформление) также зависит от вторичности или первичности жанра, «встроенности» текста в более сложную жанровую форму или его бытования в «чистом» виде.

Что касается **прагматической рамки** порождения прескрипционных текстов, то она достаточно однотипна по интенциональной составляющей – это собственно прескрипция (предписание – что и как надо делать при общении с людьми иной национальности), запрет (чего не надо делать при общении с людьми иной национальности), а также объяснение: «К интерпретационному полю коммуникативных категорий концептов будут также

относиться и объяснительные стереотипы – как надо понимать те или иные коммуникативные действия в процессе общения» [Прохоров, Стернин 2007:98].

Основным компонентом прагматической рамки любого высказывания является субъектная организация текстов. Выше было сказано о том, что прескрипционные высказывания относятся к трехсубъектным жанрам (КТО – О КОМ – ДЛЯ КОГО). Попробуем охарактеризовать с этой точки зрения 4 вида письменных прескрипционных текстов:

МЫ - О НИХ - ДЛЯ НАС

МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ

ОНИ – О НАС – ДЛЯ СЕБЯ

ОНИ – О НАС – ДЛЯ НАС

Модель 1. МЫ – О НИХ – ДЛЯ НАС

Эта модель представлена, как минимум, тремя основными разновидностями: основным (первичным) жанровым вариантом, «встроенными» и косвенными прескрипциями.

Основными жанрами, предназначенными для реализации этой субъектной модели в любом межнациональном дискурсе, являются первичные формы инструкции, совета и рекомендации. Инструкция отличается от двух последних форм большей категоричностью предписаний и большей частотностью запретов.

Так, в первичных формах межнациональной инструкции («жесткой» прескрипции) ключевыми являются конструкции следующих типов: а) сочетание слов со значением долженствования (*надо, нужно, необходимо, следует и др.*) с неопределенной формой глагола; б) сочетание запретительных слов (*нельзя, не следует, запрещено, не полагается и др.*) с неопределенной формой глагола; в) глаголы в повелительном наклонении, в том числе отрицательные конструкции (*воздержитесь от..., не пейте...*), г) высказывания со значением «негативного последствия», ср.: *«Срок пребывания в стране по обычной туристической визе ограничен тридцатью днями. По истечении этого времени НУЖНО ОБРАТИТЬСЯ в полицейский участок для продления срока пребывания в стране. ЕСЛИ РЕГИСТРАЦИЯ НЕ ПРОДЛЕНА, ЗА КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПРЕБЫВАНИЯ В ИОРДАНИИ СВЕРХ МЕСЯЧНОГО СРОКА ПРИ ВЫЕЗДЕ ВЗИМАЕТСЯ ШТРАФ»*. Прерогативой инструкции являются жестко обозначенные позиции автора и

адресата. Это иерархическая модель коммуникации: автор инструкции – над адресатом, и дистанция между ними достаточно велика. В целом «жесткие» формы прескрипции эксплицитно или имплицитно репрезентируют пресуппозицию типа: *«Вам будет плохо, если вы...»*.

В свою очередь, жанровые формы совета и рекомендации являются более «мягкими». В них гораздо чаще встречаются а) безличные конструкции *«ЛУЧШЕ попробовать...»*, *«МОЖНО попытаться...»*, *«СТОИТ ознакомиться с...»* *«ЖЕЛАТЕЛЬНО ИМЕТЬ...»*, *«ПРИНЯТО соблюдать...»*; б) формы глагола в 1 лице множественного числа (*обратим внимание на...*); в) форма глаголов во 2 лице множественного числа в сочетании с инфинитивом (*вы можете попробовать...*); г) форма глагола в 3 лице множественного числа в значении *«так делают»*, *«так делается»*; д) конструкции с глаголом «быть» (*будьте осторожны*); е) возвратные глаголы (*об аренде машины договариваются заранее...*); ж) конструкции со значением предупреждения и т.п. Автор совета, рекомендации и адресат последних находятся в общем коммуникативном пространстве. Их отношения близки к паритетным, а более «мягкие» формы прескрипции эксплицируют или имплицитно содержат авторскую мысль: *«Для вас будет лучше, если вы...»*, ср.: *«Водителю, который нарушил правила дорожного движения, НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ВСТУПАТЬ В ДИАЛОГ С ПОЛИЦЕЙСКИМ. Штраф за нарушение правил обычно выписывается на месте, а НАШИ ТРАДИЦИОННЫЕ ПОПЫТКИ ДОГОВОРИТЬСЯ МОГУТ ЗАКОНЧИТЬСЯ ПЛАЧЕВНО»*.

Вторая разновидность модели МЫ - О НИХ - ДЛЯ НАС – это советы и рекомендации, «встроенные» в иную жанровую форму, например в главу книги о той или иной стране.

Наиболее типичной чертой «встроенных» прескрипций является наличие в тексте авторского комментария, объяснений (часто в иронической тональности). Множественные примеры таких прескрипций встречаются в книге А. Шляхова «Китай и китайцы. Привычки. Загадки, Нюансы» (М.: Астрель, 2012):

В Китае я понял: дарить подарки – это целая наука, которые дотошные и склонные к самосовершенствованию китайцы возвели в ранг искусства.

Нет, некоторое сходство с нами есть – дарение острых предметов и в Китае СЧИТАЕТСЯ ДУРНЫМ ПРЕДЗНАМЕ-

НОВАНИЕМ. Предвещает ссору дарителя с тем, кому он острые предметы подарил.

Но ХУЖЕ ВСЕГО ПОДАРИТЬ кому-то четыре одинаковых предмета. Четыре – число смерти, поэтому лучше попросту сказать китайцу: «Чтоб ты сдох!». Проще выйдет.

ГОРАЗДО ЛУЧШЕ ТРЯХНУТЬ МОШНОЙ И ПОДАРИТЬ не четыре, а восемь одинаковых предметов...

И НЕ НАДО ТЕРЯТЬСЯ, если китаец решительно возвращает вам подарок... Он просто хранит свое «лицо», давая вам понять, что он человек обеспеченный и даже очень к тому же не жадный.

«Встроенность» рекомендации или совета в более сложную жанровую форму может придавать речевому оформлению прескрипционных текстов черты бытового нарратива (обиходно-бытовая лексика, разговорный синтаксис, аналогии, побочные ассоциативные связи и др.). В таких текстах наблюдаются также черты рассуждения-объяснения, условные и причинно-следственные конструкции, ср., подобную форму совета в книге Ю. Ковальчук «Наблюдая за японцами. Скрытые правила поведения (М.: РИПОЛ классик, 2011):

Когда японцы выходят из полного людей вагона метро или автобуса, они никогда не спросят «Извините, вы выходите?», как, скажем, принято в России... В случае необходимости безмолвно растолкают стоящих впереди и пойдут себе. В России бы сказали: «Женищина, что вы тут растолкались? Попросить нельзя?» Так вот, в Японии **ПОПРОСИТЬ НЕЛЬЗЯ**. Это, видимо, наоборот, очень даже вежливо, нет вас не будут тревожить и беспокоить вежливыми просьбами отодвинуться, пропустить, а просто отодвинут вас сами, так что **БУДЬТЕ ГОТОВЫ К ПЕРЕМЕНЕ МЕСТ**.

Чужие (оригинальные) и свои (вторичные) прескрипции в тексте могут сочетаться, как это сделано в указанной выше книге А. Шляхова. Так, традиционные правила пользования китайскими палочками для еды сопровождаются у А. Шляхова авторским комментарием, то есть к китайским (чужим) прескрипциям добавлены собственно авторские рекомендации (свое). В целом расширение репертуара предписаний делает авторскую позицию (позитивное отношение к чужим традициям) гораздо более выражен-

ной, чем если бы А. Шляхов привел только китайские правила пользования палочками:

Правила хорошего тона при пользовании палочками остроумные китайцы облекли в красивую метафорическую форму. Десять запретов, десять заповедей для всякого воспитанного человека, использующего куайцзы во время еды, звучат так:

1. *«Три длинных, две коротких», или не пользуйтесь одновременно палочками разного размера». «Три длинных, две коротких» - прозрачный намек на традиционный китайский гроб, не имеющий крышки, что делается из трех длинных досок (дно и бока) и двух коротких (торцы).*

2. *«Святой указывает дорогу», или «не держите палочки, выпрямляя мизинец». Мизинец, будучи выпрямленным, постоянно на кого-то указывает, что неприлично.*

.....
От себя ДОБАВЛЮ, что НЕ СТОИТ ПОДОДВИГАТЬ к себе чашку при помощи палочек, РОНЯТЬ палочки на пол, КЛАСТЬ палочки на чашку, окончив трапезу.

Третью разновидность модели МЫ О НИХ ДЛЯ НАС можно соотнести с учебно-научными текстами. Чаще всего это «выводимые» прескрипции – адресату даются сведения о социокультурных нормах или менталитете той или иной страны, а он, в свою очередь, делает для себя соответствующие выводы: как надо поступать? как поступать не рекомендуется? как поступать запрещено? Сказанное соотносится с понятием прямых и косвенных коммуникативных тактик, хороший пример которых дан в учебном пособии Е.В. Ключева:

Немецкий вариант: «Вход на территорию частного парка воспрещен».

Датский вариант: «Частный парк. Просим принять это к сведению» [Ключев 1999:160].

Приведем примеры «выводимых» прескрипций из учебно-методических и научных работ:

**В учебном пособии Мебуса и др. (Mebus u.a. 1987. 120 ff) приводятся некоторые правила поведения, свойственные немецкой культуре:*

- приходить вовремя,*
- не приводить с собой детей без особого приглашения* [Гришаева, Цурикова 2003:77].

В данном случае российский адресат косвенным способом подводится к выводу: если вы приглашены в гости к немцам, то нельзя приходить не вовремя и приводить с собой детей, не имея соответствующего приглашения.

****На каком межкультурном различии между русскими и американцами основана следующая ситуация?***

В разгаре феминистской одержимости даже и галантность могла показаться пренебрежительной мужской метафорой. Осенью 1980 года в Чикаго американский друг сказал мне: «Ты зря пропускаешь вперед дам. За такие вещи можно теперь и по морде получить. Увы, привычка – вторая натура, и я постоянно придерживаю двери, всякий раз взглядываясь в лица проходящих дам и ожидая пощечины» (В. Аксенов. В поисках грустного бэби) [Задание из учебного пособия О.А. Леонтович].

Представленное задание, кроме ответа на поставленный вопрос, предполагает и формирование в сознании студента предписания о том, что в США мужчине нужно придерживаться иных норм поведения с женщиной, чем в России, иначе он рискует попасть в неприятную ситуацию, обусловленную распространением феминистских представлений.

****В грузинском доме нет такой традиции, как у русских: разуться и надеть домашние тапочки. В основном ходят дома в обуви*** [Ботерашвили 2003].

«Выводимая» прескрипция: При посещении грузинского дома вы можете не разуться, и на вас никто не обидится. И т.д.

Наконец, хотелось бы упомянуть о получившем очень широкое распространение прескрипционном жанре - памятки для туристов. Памятки могут иметь вид отдельной законченной брошюры или «встраиваться» в текст туристического проспекта. Однако памятки могут соотноситься и с иными форматами дискурсов, например с художественно-публицистическим, ср. фрагменты из памятки, приведенной в конце книги Ю. Шиловой «Сказки Востока, или курорт разбитых сердец» (М.: АСТ, 2010):

ПАМЯТКА ДЛЯ ПРИОБРЕТАЮЩИХ ПУТЕВКИ В ТУРЦИЮ, ТУНИС ИЛИ ЕГИПЕТ

1. Приглашая курортного мачо в свой номер, будьте осторожны. Уберите дорогие ювелирные украшения и ценные вещи.

2. Не оставляйте на виду мобильный телефон. Пока Вы будете в душе, курортный мачо может совершить несколько международных звонков.

3. Не берите из рук Вашего знакомого напиток в открытой таре. Там могут оказаться наркотические препараты. И т.д.

Таким образом, жанровый корпус прескрипционных текстов, созданных по модели **МЫ О НИХ ДЛЯ НАС**, можно считать открытым, постоянно пополняющимся новыми формами предписывающих высказываний и их сочетаниями с иными видами текстов.

МОДЕЛЬ 2. МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ

Публицистические тексты с прескрипционной составляющей, в которых русские пишут о самих себе (какие предписания и запреты есть при общении с нами?), встречаются гораздо реже, чем тексты, репрезентирующие первую модель. Такие тексты имеют, как правило, обучающий характер; предписания и запреты подаются в них в однозначной прямой форме инструкций, советов, рекомендаций, указаний на то, что принято/не принято, или сопровождаются недвусмысленным оценочным комментарием, ср. предписания для иностранцев в учебном пособии и в словаре:

***ЗАПОМНИТЕ**

Официальное письмо ДОЛЖНО начинаться со следующих слов: «Здравствуйте, уважаемая Валерия! Сообщаю вам о том, что...».

Письмо к другу МОЖЕТ начинаться со слова «Привет!» [Антонова, Руженцева, Ли Минь 2011:94].

***КСТАТИ**

В России визитную карточку подают собеседнику одной рукой, а в Китае двумя. Поэтому не обижайтесь на русского партнера, если он протянет визитку одной рукой. Такие у русских традиции [Там же: 144].

***ЩЕЛКАТЬ/ЩЕЛКНУТЬ пальцем (пальцами)**

Делать отрывистые звуки большим и средним пальцем.

Подозвать официанта. ЖЕСТ НЕВЕЖЛИВЫЙ [Акишина, Хироко Кано 2010:22].

***ЖАТЬ/ПОЖАТЬ** руку (руки, пальцы, локоть) кому-л. (кого/л./чью-л.)

... Интенсивность рукопожатия и время задержки руки. Чем ближе отношения, тем дольше задерживается рука...

Быстрое выхватывание воспринимается или как БЕСТАКТНОСТЬ, или как БОЯЗНЬ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА. По нормам этикета рукопожатие должно быть достаточно крепким. Рукопожатие делается всей рукой. Еслижимаются только пальцы, то создается впечатление заискивания, подхалимства [там же:110].

Самым ярким из известных нам примеров прескрипций в рамках субъектной модели МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ является учебное пособие А.В. Сергеевой «Какие мы, русские? 100 вопросов – 100 ответов. Книга для чтения о русском национальном характере» (М.: Русский язык. Курсы, 2006). Адресат пособия определен в аннотации достаточно ясно – этот текст имеет двойную трехсубъектную организацию: МЫ О НАС ДЛЯ НИХ и МЫ О НАС ДЛЯ НАС:

Учебное пособие адресовано студентам гуманитарных вузов, студентам-иностранцам продвинутого этапа обучения, иностранным специалистам и преподавателям-русистам. Книга будет интересна всем, кто интересуется русской культурой, кто стремится понять мотивы поведения россиян.

И все же, несмотря на декларируемую полинациональную адресованность книги, интерпретации русского национального характера предназначены в ней, скорее, для иностранцев, чем для россиян, о чем свидетельствует сама тематика разделов: «Что в России считается приличным или неприличным?», «Почему русские так много пьют?», «Что такое русское «авось»?» и т.д. Объяснять значение непереводаемого «авось» и других феноменов российского языка, бытия и культуры нужно, на наш взгляд, только иностранцам – русские и россияне в целом в этом не нуждаются.

В книге А. Сергеевой есть четыре основные типа прескрипций: КАК узнавать русских? КАК понимать русских и КАК их оценивать? КАК рекомендуется/не рекомендуется вести себя с ними? Прескрипции первого и второго типа в основном косвенные – адресату дается информация, а умозаключения о русских он должен сделать сам.

Рекомендация о том, КАК узнавать русских, дается через описание типичных черт их внешности и коммуникативного поведения, а также посредством сопоставлений с европейцами:

****Главное, пожалуй, - это выражение лица и глаз, где все написано «открытым текстом»: усталость, раздражение,***

восхищение, любопытство и т.п. Русские не владеют умением европейцев смотреть «сквозь тебя», сохраняя равнодушие, холодное выражение лица, их лица подвижны и выразительны.

**Помимо внешних признаков, есть некоторые русские стереотипы поведения. Например, манера гулять парой «под ручку» (независимо от возраста и пола), при встрече трижды целоваться, шумно приветствовать друг друга, хлопая по спине в припадке нежности. Если русскому смешно, то он будет хохотать - громко, чуть ли не до слез.*

Рекомендация о том, КАК понимать русских и КАК их оценивать дается через доказательство и опровержение суждений с привлечением сравнения «русские – европейцы»:

**Согласно европейским стереотипам поведения, русских часто считают «прямолинейными» и оттого «невоспитанными». Это не вполне так. Просто у них иная воспитанность, Так, их подчеркнуто галантное поведение с дамами доступно не для каждого европейца или американца. Они, конечно, прямолинейны, слишком непосредственны, но это качество не стоит оценивать по шкале хорошо – плохо.*

**Умение экономить для европейца – достоинство, поэтому даритель может рассказать, как дешево ему удалось купить вещь, а получатель будет вместе с ним радоваться такой удаче. Подобное трудно представить у русских. Стыдясь дешевой покупки, они, наоборот, могут приписать вещь какой-то фирме, чтобы подчеркнуть ее достоинство. Все это – для того, чтобы показать свою щедрость и широту души, уважение к тому, кого одаривают. По их логике, подарить дешевую, некрасивую и ненужную вещь – значит косвенно выразить пренебрежение к человеку.*

**Русским трудно понять, почему «неприлично» занимать деньги, «стрелять сигареты», перехватить у соседки нитки или соль и т.п. Такое «перехватывание» - форма коммуникации, повод для общения. Нередко «поход за солью» - это повод посидеть, поболтать за чайком. В цивилизованных же странах это принимается в штыки как знак того, что вы человек ненадежный, потому что бесхозяйственный.*

Рекомендации о том, КАК рекомендуется или не рекомендуется вести себя с русскими, даются чаще всего в виде советов с большим количеством причинно-следственных и условных кон-

струкций, что в целом способствует объяснению той или иной черты русского национального характера:

**Поскольку русские своеобразно понимают «демократию» и «свободу», то, если вы хотите прослыть приятным собеседником, НЕ СТОИТ НАСТАИВАТЬ на утверждении этих ценностей в своем понимании, приводя примеры из жизни своей страны. Это может вызвать раздражение... НЕ СТОИТ ЗАТРАГИВАТЬ темы внешней политики и отношения к локальным войнам: та и другая сторона, как правило, владеет несовпадающей, различной информацией, а при таких условиях трудно добиться внимания и доверия.*

**В беседе с русскими СТАРАЙТЕСЬ ПОКАЗАТЬ СЕБЯ с человеческой стороны: свои чувства, надежды, устремления и привязанности. Русских чаще интересуют не столько коммерческие, политические или профессиональные интересы иностранных собеседников, сколько их личные качества и цели. Чтобы получить кредит доверия, с русскими НАДО НАУЧИТЬСЯ РАЗГОВАРИВАТЬ «ПО ДУШАМ».*

**... В России есть предрассудок: НЕЛЬЗЯ ДАРИТЬ четное количество цветов – это плохой знак, такие букеты носят на кладбище или на похороны. В других странах на такие «детали» редко обращают внимание. НЕ ОЧЕНЬ ЖЕЛАТЕЛЬНО, если даримые цветы желтого цвета: для русских – это цвет измены. Все остальное будет принято с благодарностью.*

МОДЕЛЬ 3. ОНИ О НАС ДЛЯ НИХ

Тексты этой субъектной модели также содержат прескрипционную составляющую, однако их отличие от текстов, соотносимых с предыдущими моделями, часто состоит в недостаточной информированности авторов. Тексты такого рода часто транслируют непроверенную, ошибочную или устаревшую информацию, в итоге «получается коммуниктивная клюква, нередко вызывающая смех у носителей описываемой культуры» [Прохоров, Стернин 2007:17]. «Клюквенными» могут быть и прескрипции, например: «Американский волонтер Корпуса Мира отмечал, что в России надо знать телефонисток в своем городе по именам, тогда они будут тебя хорошо соединять» [Там же].

«Клюквенная» составляющая особенно велика в Интернет-дискурсе. Ему мы обязаны появлению новой информационно-

прескрипционной жанровой разновидности которую можно условно назвать «Взгляд из-за границы», или «ИХ версия О НАС». Приведем российский комментарий к публикации на английском сайте «Десять русских табу: взгляд из-за границы»: *«Иногда понятия о том, чего НЕ надо делать, более важны, если вы не хотите выглядеть белой вороной или, наоборот, произвести хорошее впечатление», - написано в предисловии к англоязычному сайту, озабоченному тем, как произвести хорошее впечатление на русских... Итак, десять социальных табу по версии коллег из гиперпространства»*

[http://www.pravda.ru/society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian_taboo-0]. Оценка российской стороной этих «социальных табу» однозначна: *«Комментировать тут по большому счету нечего»*. Со своей стороны, мы считаем, что иностранцам, бросившим взгляд на нас «оттуда», трудно избежать информационно-прескрипционной «клюквы», например:

** Поход в ресторан здесь воспринимается как праздник, и вам НЕ СЛЕДУЕТ НАРЯЖАТЬСЯ в джинсы и футболку, независимо от того, что встреча неформальная и ресторан может оказаться не самый изысканный.* (В скобках заметим, что поход в ресторан давно уже перестал быть для россиян праздником, а ресторанный дресс-код в России достаточно свободный).

** В России считается вежливым предлагать гостям все то, что им понравится, будь то какая-нибудь еда или вещь. Одноклассники из старых русских предложат вам все, на что упадет ваш взгляд: картину на стене, вазу или свитер. Однако все то, что вам предлагают, не обязательно означает, что вы непременно должны это брать. Русские не предлагают то, от чего хотят избавиться, – они предлагают, потому что хотят сделать приятное. Если вы не чувствуете, что разграбление дома является хорошей идеей, тогда ВОЗЬМИТЕ ТОЛЬКО ВЕЩИ, которые вам предложили. Сначала ПАРУ РАЗ ОТКАЖИТЕСЬ, но когда хозяева настойчиво попросят вас взять что-то в подарок, ПРИМИТЕ его, чтобы действительно сделать им приятное»* (Заметим, что мнение о баснословной щедрости русских сильно преувеличено. Так, российские хозяева могут рассказать историю висящей на стене картины, упомянуть о ее ценности, но предложение подарить картину гостю следует в исключительных случаях).

**Российские квартиры устелены коврами. Зачастую дорогими персидскими коврами с замысловатыми узорами, которые далеко не так легко убрать, как традиционные американские коврики... Обычно хозяин предлагает гостю пару домашних тапочек - Тарошкi (tah-puhch-kee; slippers - шлепанцы): если же вы идете на вечеринку, то женщины, как правило, приносят с собой пару хороших туфель, которые надевают в помещении. Опять-таки, если вы не снимете свою обувь, никто ничего вам не скажет, но кто-то бросит взгляд, сняли ли вы за обеденным столом ваши заснеженные ботинки? (По поводу персидских ковров, если они все-таки есть в российском доме, и возможности ходить по ним в «заснеженных ботинках» – комментировать нечего).*

МОДЕЛЬ 4. ОНИ О НАС ДЛЯ НАС

В Интернет-дискурсе, вследствие его широчайших возможностей, активно реализуется тенденция к расширению корпуса прескрипционных текстов и их жанровому синкретизму (включенности прямой или косвенной прескрипции в иную жанровую форму). Одним из распространеннейших в Интернет-дискурсе является жанр межнационального отзыва, текст которого реализует две основные интенции: трансляцию мнения об иностранцах и попытки регулировать их коммуникативное поведение, прямо или косвенно предписывая или запрещая что-либо. Приведем примеры негативно-оценочных отзывов болгарского автора о российской манере одеваться (орфография, пунктуация, лексико-грамматическая и стилистическая сторона текстов, кроме лексики нелитературного ряда, оставлены без изменения):

**И никогда вас русских не понимал – нормальные люди, хорошая работа и зарплата, а одеваются как придорожных б... или цыган-сутенеров. У вас в России моду из немецкого порно берут или да? И во время СССР-а ваши тоже так одевались. Как в порнографических журналов*
[http://samlib.ru/comment/d/dmitriew_p/proda2?PAGE=2]

**О модных тенденций в России. Или уже не так? Из того что глазами вижу то русских туристов можно по одежду узнать сразу. Кич. 200%. Стразики. Сапожки летом. Угги. Сабо со стразиками. Черная мини-юбка из кожи. Сумки с позолоченных пластиковых цепочек. Далтонистические цветовой*

комбинации. Массовая скупка продукции под лейблом «Джипсидрийм»/ «Джипси порн» (Цыганская мечта/Немецкое порно) с блошиных рынков. Толстая штукатурка на женской рожке. Остроносые черные туфли «Маленький Мук». У вас там нормальные швеи/модельеры вымерли или да? Или их никогда и не было? Так понятно? [Там же].

В этих отзывах, кроме выражения мнения, оценки, содержится косвенное предписание, граничащее с требованием (*Русские, заканчивайте, наконец, одеваться на цыганский манер или в стиле немецкого порно и начинайте выглядеть по европейскому стандарту*). С российской стороны возможны, в свою очередь, варианты прескрипционных отзывов типа **МЫ О НИХ ДЛЯ НИХ**, негативная оценочность которых ничуть не слабее. В подобных отзывах явно чувствуется стремление регулировать чужую жизнь, **ВМЕШИВАТЬСЯ В НЕЕ**, однако ограниченный объем статьи не позволяет нам подробно остановиться на Интернет-материале подобного рода.

В целом прескрипционные тексты напрямую связаны с коммуникативной категорией регулятивности, понимаемой как «возможность модификации коммуникативного поведения собеседника» [Прохоров, Стернин 2007: 198]. Добавим, что применительно к межнациональному дискурсу, собеседником может быть и СВОЙ, и ЧУЖОЙ. Как следствие - в настоящее время происходит:

- *расширение корпуса межнациональных прескрипционных жанровых форм (от туристической инструкции до оценочного Интернет-отзыва);

- *увеличение числа субъектных моделей организации текста;

- *введение прескрипционной составляющей в публицистику и в учебный процесс.

Следует еще раз подчеркнуть, что текстовая организация прескрипций находится сейчас в стадии активного становления. В межнациональной коммуникации бытуют прескрипции:

- *прямые и косвенные;

- *жесткие и мягкие;

- *первичные и вторичные, «встроенные» в иную жанровую форму или образующие «жанровую амальгаму»;

- *основанные на реальной информации и включающие, кроме последней, элементы «кляквы», недостоверной информации и т.д.

Думается, что материал, приведенный выше, позволяет сделать вывод о двух конкурирующих тенденциях в межнациональном дискурсе. С одной стороны, это тенденции к установлению взаимопонимания между людьми разных национальностей и к соблюдению принципа толерантности в межнациональных отношениях. С другой стороны – это тенденция к регулированию не только своего, но и чужого коммуникативного поведения. И различия между интенциями: «грамотно помочь понять людей других национальностей, наладить с ними эффективный диалог» и «вмешиваться в их жизнь» - современному мировому сообществу, как нам кажется, еще предстоит установить.

ЛИТЕРАТУРА

1. А.А. Акишина, Хироко Кано. Словарь русских жестов и мимики. М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 208с.
2. Ю.А. Антонова, Н.Б. Руженцева, Ли Минь. Стилистика и культура русский речи: учебное пособие для китайских студентов. – Ек-г: УрГПУ, 2011. – 178с.
3. Г.В. Ботерашвили. Грузинское и русское коммуникативное поведение//Коммуникативные исследования 2003. – Воронеж: ИСТОКИ, 2003. – С. 165-180.
4. Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – Воронеж: ВГУ, 2003. – 369с.
5. Е.В. Ключев. Риторика. – М.: ПРИОР, 1999. – 272с.
6. О.А. Леонтович. Практикум по межкультурной коммуникации. – Волгоград: «Перемена», 2005. – 272с.
7. В Овчинников. Ветка сакуры. Корни дуба. Горячий пепел. – М.: Советский писатель, 1988. – 608с.
8. Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 328с.

3. НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ

3. НАЦИОНАЛЬНАЯ ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ МЫСЛИ

ИНОНАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ТЕКСТА В ЧУЖОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: МЕТОДИКА АНАЛИЗА

При межнациональной коммуникации люди разных национальностей часто говорят/пишут на одном языке (на русском, английском, немецком и т.д.). «Межкультурная коммуникация всегда требует от ее участников выбора языка общения. Это может быть язык одного из коммуникантов или же какой-нибудь третий (нейтральный) язык, который является иностранным для всех участников межкультурной ситуации. В обоих случаях возникает проблема точности и эффективности коммуникации, которые находятся в прямой зависимости от языковой и культурной компетенции участников. Коммуникация с использованием иностранного языка, как правило, порождает различного рода помехи вербального характера, которые осложняют взаимопонимание» [Садохин 2005:163]. Сказанное определяет тот факт, что исследователь межнационального дискурса в той или иной степени будет вынужден коснуться вопроса национальной специфики выражения мысли на неродном языке. Специфика национального речеобразования достаточно подробно описана для устной формы коммуникации (см., например, коллективную монографию «Фонетический аспект общения на неродном языке» под ред. Н.А. Любимовой). Гораздо в меньшей степени охарактеризована специфика письменной коммуникации на неродном языке. В данной статье мы попытались изложить свои наблюдения над текстами, которые иностранцы пишут на русском языке, и предложить свою, возможно небесспорную, методику анализа такого текстового материала.

Зачем же нужна подобная методика?

Во-первых, письменная коммуникация ведется в рамках любого формата межнационального дискурса на русском языке. Коммуникативные ожидания сторон могут не оправдаться, если текст, написанный иностранцем, не соответствует внутренней

специфике русского текстообразования. Такие высказывания могут даже вызвать комический эффект, ср., фрагмент рекламного сообщения, написанного тайским автором:

Сафари парк (Бангкок). Кормление жирафы. ШОУ С УЧАСТИЕМ ДИКИХ ЖИВОТНЫХ. ОБЕД ВКЛЮЧЕН.

Во-вторых, методика описания инонационального текстообразования на русском языке может иметь значение для теории и практики формирования лингвокультурной компетенции в рамках методики русского языка как иностранного. Выявление национальной специфики текстов на русском языке поможет определить «слабые точки» текстообразования и скорректировать недочеты специально разработанной для студентов той или иной национальности системой упражнений.

В-третьих, данная методика может быть использована для анализа речи билингвов, людей, языковое сознание которых сформировалось в двуязычной среде, что не могло не отразиться в их практике порождения текстов.

Как отмечают О.С. Митрофанова и В.Г. Костомаров, «владение языком свободно, если учащийся умеет пользоваться всеми предусмотренными программой способами выражения заданного смысла (ситуации, референта) и находить их в текстах; корректно, если учащийся не допускает нарушений системы, нормы и узуса изучаемого языка в собственной речи и замечает их в речи других лиц; адекватно, если учащийся не испытывает затруднений при вербализации своей речевой тактики и понимании тактики собеседника» [Митрофанова, Костомаров 1990:14]. Абсолютно не оспаривая это положение, совершенно справедливое для учебных ситуаций, осмелимся все же утверждать, что ИНОСТРАНЕЦ, освоивший русский язык в рамках этих требований, ПОЧТИ НИКОГДА ПОЛНОСТЬЮ НЕ СВОБОДЕН, НЕ АДЕКВАТЕН И НЕ КОРРЕКТЕН, ЕСЛИ ОН РЕАЛИЗУЕТ СВОЙ УРОВЕНЬ ВЛАДЕНИЯ ЯЗЫКОМ, СОЗДАВАЯ СВЯЗНЫЙ ТЕКСТ. Текст, написанный иностранцем, как правило, не идентичен тексту, написанному русским автором, по причине внутренних закономерностей национального текстообразования, которые органичны для носителя языка, но не являются таковыми для не носителя последнего. Иностранец, достаточно свободно говорящий и пишущий на русском языке, имеет все же иное текстовое сознание, специфичность

которого становится особенно ясной при текстовых сопоставлениях.

Как же распознать инациональное текстообразование? Самый простой способ – ПО ХАРАКТЕРУ ОШИБОК (все высказывания иностранцев на русском языке приведены в оригинале).

*Орфографические и пунктуационные ошибки: *«Большой открытый зоопарк. Национальный заповедник. Вы можете ПОГОРМИТ (олени, бегемоты, жирафы, НАСАРОКИ, слоны и ДРУКИЕ животные)»* (реклама, написанная тайским автором на русском языке).

*Нарушение русских норм словообразования и формообразования:

«Вчера я смотрел по телевизору РАЗВЛЕЧЕННУЮ программу. Моя рука была даже не ОЦАРАПЛЕНА. Ее подруга очень ЖИЗНЕРАДОСТИ. Больной УЧУВСТВУЕТ себя лучше. Цивилизация в Китае СУЩЕСТВУЕТСЯ уже 5000 лет» (китайские авторы).

*Нарушение норм управления:

Недалеко ОДПАТТАИ есть большой тигровый зоопарк, который вы можете посмотреть и покормить ТИГРЯТЫ. Кроме этого вы еще ЗМОЖЕТЕ увидеть ШОУ ТИГРЫ. ШОУ КРОКОДИЛЫ. ШОУ СЛОНЫ (тайский автор).

Проблемы с монолитным строительством не в ПЕРЕ-РАЗХОДА арматуры. Умные люди начинают работу сразу на 20-30 ОБЪЕКТОВ. И каждый день ПЕРЕНОСЯТЬ РАБОТ С ОБЪЕКТ НА ОБЪЕКТ (болгарский автор).

*Неточное словоупотребление:

У Ли Бо больше 900 НЕБЫВАЛЫХ стихотворений (китайский автор).

**В Интернете ДОБИВАЕТСЯ информация по потребительским потребностям, по интересам, по трудовой деятельности* (польский автор).

*Неточное употребление терминов:

Героиня Петрушевской и ее мир поражает читателя парадоксальностью и ФАБУЛОЙ// В произведениях Достоевского посредством ссылок на жизнь проститутки и их семей отразился СЫРОЙ РЕАЛИЗМ (чешский автор).

*Немотивированные нарушения прямого порядка слов:

Каждый день в городе-порту Маньчжурии 24 часа формируются ПРОХОДНЫЕ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ ПРОЦЕДУРЫ (китайский автор).

*Неверные синтаксические связи между частями простого и сложного предложений, в частности – отсутствие координации (грамматико-синтаксических соответствий) между простыми предложениями в составе сложного или между предложениями в составе текстового фрагмента; неправильное употребление союзов и союзных слов:

Маньчжурия является важным проходом между Китаем и Россией и странами СНГ, ЕГО территория густо покрыта шоссе//На ЕГО территории живут более 20 национальностей, КАК монголы, ханьцы, хуэйцы, маньчжуры, русские, дауры, эвенки (китайский автор).

**Поиск – это ДВИГАЮЩАЯ сила массовой культуры, А даже культура сама по себе* (польский автор).

*Бессмысленность высказываний:

(Переводчик) соблюдает русские собственные имена персонажей и их уменьшительные формы, ВСТАВЛЯЯ ТЕКСТ КОНКРЕТНО В РУССКУЮ СРЕДУ (чешский автор).

Другим признаком инонационального происхождения текста является репрезентация в нем ЧУЖОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ МАНЕРЫ ПИСЬМА.

*Китайской манере письма на русском языке присущи: излишняя длина предложений, отсутствие знаков препинания, а иногда и заглавных букв после точки, что в целом обусловлено огромными различиями в системах русской и китайской (иероглифической) графики:

Город Маньчжурия находится на северо-востоке автономной области Внутренняя Монголия, на красивой и богатой степи Хулуньбайл, он является самым крупным сухопутным портом в Китае, имеет более чем 100-летнюю историю, на его территории длина государственной границы – 54 км, в том числе по реке – 12,7 км., в истории он был важным торговым городом и пользовался почетным званием «Окно Азии» (рекламный текст).

*У авторов из Средней Азии или стран Ближнего Востока, пишущих на русском языке, часто наблюдаются отголоски восточной манеры письма, художественной стилистики Востока, ср.,

стилевую манеру киргизской журналистки Гульчехры Каримовой («Вечерний Бишкек» 06.08. 2010):

...Эксперт рассматривает шедевр через лупу, и вдруг красotka оживает и под нежную мелодию манит его за собой. В конце мужчина так и не может понять, что же все это было – мечта, мираж в пустыне или реальность. Туранская дива поселилась в его сердце.

*Имитации русского повествования, сделанные европейскими авторами, несут отпечаток чужой публицистической манеры письма, что ощутимо даже в переводах, ср. повествование от имени двадцатилетней русской девушки (!) в книге шведки В. Эфрон «Продана»:

Еще в советские времена в колхозе перестали заботиться о скотине, которую разводили. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЛЕЖАЛА НА РУКОВОДИТЕЛЯХ, А ЕСЛИ ВЗЯТЬ ШИРЕ – НА КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ, НО НЕ НА ТЕХ, КТО РАБОТАЛ НА ФЕРМЕ.

Однако комплексная характеристика специфики текста, написанного иностранцем на русском языке, сложнее, чем простая фиксация ошибок и отдельных особенностей стилевой манеры. Подобные наблюдения помогут РАСПОЗНАТЬ автора-иностранца, но не ОХАРАКТЕРИЗОВАТЬ национальную специфику текстов, написанных иностранцами на русском языке. Дело в том, что даже свободно пишущие на русском языке (а значит – для русских) иностранцы могут вносить в чужое коммуникативное пространство (в нашем случае – в текстовую ткань) свои национальные элементы текстообразования. В скобках заметим, что следствием сказанного может стать частичная ориентация текста на своего, а не на русского адресата. С нашей точки зрения, выявить инонациональные элементы текстообразования можно лишь рассмотрев текст, написанный иностранцем, с разных сторон, для чего требуется хотя бы минимальная методика системного описания. В методических целях мы предлагаем такие точки отсчета (принципы анализа), как: а) использование сопоставительного метода; б) достаточно строгое соблюдение единых оснований для анализа; в) учет факторов текстообразования.

1. **Сопоставительное описание** предполагает анализ примерно одинакового количества и объема текстов, написанных носителем русского языка на русском языке, и текстов, написанных

иностранцем, на русском языке. Оно предполагает также характеристику субъектной организации текста: КТО – ДЛЯ КОГО в каждом случае писал?

2. **Минимальный набор единых оснований** предполагает, что тексты должны быть написаны в рамках одного дискурса, принадлежать к одному виду речи (монологу или диалогу) и репрезентировать одну и ту же или близкую ситуацию, стоящую за текстом.

3. **Учет факторов текстообразования** предполагает исследование с позиций объективных факторов текстообразования, то есть таких, которые действуют при создании любого текста.

Вслед за Н.А. Купиной мы считаем, что «факторы текстообразования можно подразделить на объективные – действующие при образовании любого текста, и субъективные – действующие при образовании отдельных художественных текстов. Объективные текстообразующие факторы:

- 1) языковая норма;
- 2) функциональный стиль;
- 3) ситуация (фрагмент действительности, который отражен в тексте) и связанный с ней смысл;
- 4) тип изложения (повествование, рассуждение, описание);
- 5) жанр художественного произведения [Купина 1980:37].

В целом потенциальные результаты исследования текстов с учетом этих принципов предполагают в нашем случае ответ на вопрос: КТО – ДЛЯ КОГО – О ЧЕМ – КАК написал на русском языке?

Попытаемся с учетом заявленных принципов сопоставить два текста, написанных в рамках туристического дискурса (фрагменты из туристических каталогов по Индии). Субъектная организация этих текстов такова: первый текст написан российским автором на русском языке (в подготовке каталога принимали участие только российские копирайтеры). Второй текст тоже написан на русском языке, хотя каталог фирмы India Tourism готовил коллектив, состоящий из одного немецкого и двух индийских авторов. Следовательно, оба текста предназначены для российского адресата. Объем текстов примерно одинаков. Затекстовая ситуация и связанный с нею смысл тождественны – это известнейшее туристическое место Индии – город Джайпур. Приведем указанные фрагменты и попытаемся сопоставить их по таким факторам

текстообразования, как языковая норма, тип речи, функциональный стиль и жанр (орфография, пунктуация и стилистика текстов сохранены в оригинале).

ТЕКСТ, НАПИСАННЫЙ РОССИЙСКИМИ АВТОРАМИ

Джайпур так же известен как Розовый город. Большинство сооружений и зданий здесь построено с использованием розового камня, так как при строительстве мавзолея Тадж Махал в Агре монгольским императором Шах Джаханом было запрещено использование белого камня и мрамора, который поставляли только в Агру из Раджастана.

В 1727 году махараджей Джай Сингхом был спроектирован и построен дворцовый город в 12 км от крепости Амбер, где до этого находилась резиденция махараджей. Первый махараджа Джайпура Джай Сингх был не только правителем, но и известным ученым, астрономом, астрологом, архитектором. Он лично определил место для строительства нового дворцового города в ближайшей долине от крепости Амбер и планировал постройку города. После обретения Индией независимости в 1947 г. Джайпур становится столицей суверенного штата Раджастан в составе Индии.

Джайпур – крупный туристический центр штата Раджастан. В этом штате на небольшой территории расположены несколько старинных городов, таких как, Уйдапур, Аджмер, Джодхпур, Биканер. Они славятся огромным количеством дворцов.

Джайпур крупнейший в мире центр обработки драгоценных и полудрагоценных камней. Здесь обрабатываются камни (рубины, сапфиры, изумруды и др.) не только со всех концов Индии, но и из других стран. Другое популярное ремесло – обработка серебра. Серебряных дел мастера Джайпура известны во всем мире.

Раджастан занимает 3-е место в мире по количеству и качеству шерстяных изделий после Австралии и Новой Зеландии. В ценах же они значительно выигрывают.

Улицы Джайпура спроектированы в строгом соответствии с древним каноном и ведут в центр Старого города. Правительственные здания являют собой старинные архитектурные достопримечательности, среди которых выделя-

ется здание Парламента, находящееся по соседству с Дворцом ветров.

Город удивительный и прекрасный воплощает дух Раджпуты, а пышные усы и яркие тюрбаны его жителей – признаки, по которым легко узнаются представители касты воинов раджпуты из Джайпура.

ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ ДЖАЙПУРА

Хава Махал или «Дворец Ветров» - самая знаменитая достопримечательность Джайпура. Он был построен в 1799 году, чтобы позволить придворным женищинам наблюдать уличные процессии, оставаясь при этом в строгом затворничестве. Благодаря его пятиэтажному фасаду, украшенному более чем 593 окнами и балконами с красивыми перегородами, здание кажется больше, чем есть на самом деле. В действительности, в большинстве мест оно едва ли шире всего лишь одной комнаты.

Джантар Мантар является крупнейшей и лучше других сохранившейся обсерваторией из множества, построенных раджей Сваи Джай Сингхом II в разных частях страны. Обсерватория имеет две отдельные колонны, высотой 3, 66 м и 5, 18 м., которые определяют самый короткий и самый длинный из дней года. 21-го декабря, в самый короткий день года, южная колонна отбрасывает тень на северную колонну, полностью покрывая ее. А 21 июня, в самый продолжительный день года, тень не падает на северную колонну вообще. Каждый год астрономы со всей Индии собираются в джайпурской обсерватории и готовят ежегодный Панчанг (индийский альманах). Делают они это с помощью различных каменных инструментов, построенных более 250 лет назад раджей Сваи Джангх Сингхом.

Форт Амбер. На гребне скалистого холма, позади озера Маота, в 11 км на север от Джайпура, расположен Раджпутский форт Амбер. Форт являлся резиденцией для раджпутских Кучахов с 1037 до 1728 г. Защищенные естественными холмами и высокими крепостными стенами с рядом ворот вдоль мощеной дороги, величественные дворцы Амбера являются по стилю определенно раджпутскими, но очевидно, что на их дизайн повлияли также монгольские идеи. Практика по-

крытия стен зеркальной мозаикой чисто монгольская, впервые она была введена в Индии в Агре и Фатехпур Сикри.

Фатехпур Сикри, город-призрак, бывшая имперская столица императора Акбара, раскинулся по гребню скалистого хребта, расположенного в 40 км на юго-запад от Агры. Построен между 1569 и 1585 гг., а уже к 1600 году водные запасы оказались недостаточными для снабжения населения, и Акбар переместил свой двор в Лахор. Поэтому город лежал в забвении почти четыре столетия, зато сохранился почти идеально (Каталог «Индия/Непал/Тибет/Шри-Ланка». Астравел – ассоциация путешественников).

ТЕКСТ, НАПИСАННЫЙ ИНОСТРАННЫМИ АВТОРАМИ
(выделения заглавными буквами – наши)

Джайпур лежит приблизительно в 270 км на юго-запад от Дели. Это один из известнейших городов с пересекающимися под прямым углом улицами, который был спроектирован по индийским космологическим канонам (улицы ориентированы по странам света), и основан в 1727 году магараджей Джай Сингхом II.

Дома главных улиц города единообразно выкрашены в теплый розовый цвет и красиво украшены белыми линиями.

Самым привлекательным в городе, несомненно, является Городской Дворец, в котором и сегодня еще проживает королевская семья – как раз в середине города. Однако большая часть дворца открыта для всех посетителей. Огромное количество внутренних двориков и залов для аудиенций, ЗАСЛУЖИВАЮЩЕЕ ВНИМАНИЯ собрание миниатюр, небольшой музей оружия и текстиля непременно на несколько часов захватят любого посетителя.

Перед дворцом мы найдем обсерваторию Джантар Мантар (1728), построенную Джай Сингхом, который был увлеченным и опытным астрономом и велел соорудить целый ряд огромных астрономических инструментов, чтобы следить за ходом небесных светил и солнца. По сути дела, обсерватория является настоящим парком архитектуры.

К забавным сооружениям можно отнести Хава Махал (Дворец Ветров).

Собственно говоря, этот дворец всего лишь фасад с огромным количеством оконных проемов. Раньше отсюда придворные дамы могли без помех наблюдать жизнь на улице, оставаясь при этом незамеченными.

Джайпур предлагает многое. Так, например, в Гайторе **СТОИТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ** на чаттри (склепы, выполненные наподобие беседок) королевской семьи, мемориальные мавзолеи, напоминающие о кремации умершего.

Они выгравированы из прекрасного мрамора.

Но, кроме того, Джайпур – это город-базар, где **ГОСТЬ МОЖЕТ КУПИТЬ СЕБЕ** самые разнообразные ценные вещи – от набивных тканей, миниатюр и до драгоценных камней.

До основания Джайпура здесь уже был построен Амбер, расположенная на скале крепость, связанная с множеством легенд. Сейчас, к восторгу удовольствию путешественника, туда **МОЖНО ВПОЛНЕ БЕЗОПАСНО И НЕ СПЕША ПОДНЯТЬСЯ** на спине слона. Наверху путешественника ожидает громадная крепость с мощными стенами и прекрасными внутренними дворами. Здесь, прежде всего **ХОЧЕТСЯ ОТМЕТИТЬ** Шии Махал – сказочный дворец из стекла.

От Джайпура дорога ведет на восток к Агре (Уттар-Прадеш). Недалеко от Агры (38 км) находится Фатепур Сикри, находящаяся под защитой ЮНЕСКО, постоянная резиденция Акбаров.

Дальнейшие **ЦЕЛИ**, при затрачивании большего времени, непременно оправдают **ОЖИДАНИЯ** путешественников.

В стороне от основных маршрутов, предлагаемых туристам, имеется множество широко разбросанных мест, которые не менее важны, но с трудом укладываются в программу 16-18 дневного путешествия.

(1) Из Удайпура **РЕКОМЕНДУЕТСЯ ПРОВЕСТИ** экскурсию с ночевкой к старой горной станции (так назывались резиденции, созданные британскими колонизаторами для отдыха от жары во время жаркого сезона) на Маунт Абу с ее джайнистскими храмами.

(2) На отрезке от Удайпура **СТОИТ СДЕЛАТЬ ОСТАНОВКУ** у озера Пушкар.

(3) Уезжая, вместо того, чтобы прямо ехать в Джайпур, **МОЖНО СДЕЛАТЬ В ВЫСШЕЙ СТЕПЕНИ ИНТЕРЕСНЫЙ**

КРЮК, посетив самую большую крепость Раджастана, Читтограх. Оттуда ЦЕЛЕСООБРАЗНО ЕХАТЬ дальше через **КОТУ (С НОЧЕВКОЙ)** и при этом познакомиться с Бунда.

(4) **Весьма ИНТЕРЕСНО ПРЕДПРИНЯТЬ ЭКСКУРСИЮ** из Джайпура в маленький замок в Самоде (**ЛУЧШЕ ВСЕГО С НОЧЕВКОЙ**).

(5) Санганер, в 16 км южнее Джайпура расположена маленькая деревушка Санганер, знаменитая своими набивными тканями... Ее **ИНТЕРЕСНО ПОСЕТИТЬ** ради батика, который здесь производится (и продаются в Джайпуре). **ЦЕНЫ** на батик **ОЩУТИМО ДЕШЕВЛЕ**, чем в Джайпуре. Прежде всего, **МОЖНО ВНИМАТЕЛЬНО ПОНАБЛЮДАТЬ** за процессом производства. Возможно, в качестве сувенира **ВАМ ЗАХОЧЕТСЯ** приобрести клеймо, вырезанное из дерева (каталог *India Tourism Germany/Германия*).

Сравним эти тексты по указанным выше факторам текстообразования.

ЯЗЫКОВАЯ НОРМА

Русский текст не идеален с позиции соблюдения в нем литературной нормы, однако в иностранном тексте мы можем отметить гораздо большее число нарушений лексической и синтаксической норм. Это:

*смещение паронимов (*страны света* вместо *стороны света*);

*неточное словоупотребление, нарушение лексической сочетаемости (*обсерватория является настоящим ПАРКОМ АРХИТЕКТУРЫ*; к *ЗАБАВНЫМ СООРУЖЕНИЯМ* можно отнести Хава Махал (Дворец Ветров); в стороне от основных маршрутов, предлагаемых туристам, имеется **МНОЖЕСТВО ШИРОКО РАЗБРОСАННЫХ МЕСТ**; они (мавзолеи) **ВЫГРАВИРОВАНЫ** из прекрасного мрамора и т.д.);

*синтаксическая неполнота предложений (*Джайпур лежит приблизительно в 270 км (ОТ ЧЕГО?) на юго-запад от Дели*);

*некорректное построение высказывания, например дублирование в рамках одного предложения именительного темы (*Санганер, 16 км южнее Джайпура расположена маленькая деревушка Санганер*) и т.д.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СТИЛЬ

Для обоих текстов характерен полистилизм, однако в русском тексте наблюдается смешение элементов научно-популярного подстиля с элементами публицистики. Русский текст ярче, метафоричнее, что отражается, например, в определениях (*Джайпур так же известен как Розовый город; Фатехпур Сикри – город-призрак*) и в конвергенции выразительных средств языка (сочетании последних в небольшом фрагменте текста): *Город удивительный и прекрасный воплощает дух Раджпуты, а пышные усы и яркие тюрбаны его жителей – признаки, по которым легко узнаются представители касты воинов раджпуты из Джайпура.*

В свою очередь, в иностранном тексте можно отметить сочетание элементов научно-популярного подстиля с элементами делового письма. Иностраннный текст прагматичнее, он больше ориентирован на практические цели адресата, который, по мнению авторов, должен извлечь максимум пользы из поездки в Джайпур (думается, нет необходимости интерпретировать прагматическую направленность определения *Джайпур – это город-базар*). О прагматической направленности текста свидетельствует манифестация в нем целей и ожиданий адресата (**ЦЕЛЕСООБРАЗНО ехать дальше через Коту//Дальнейшие ЦЕЛИ, при затрачивании большего времени, непременно оправдают ОЖИДАНИЯ путешественников**). О близости текста к деловому письму говорят его рубрикация (ср. выше подачу информации по пунктам 1-5), умеренное использование выразительных средств русского языка, явное преобладание логических определений над образными определениями-эпитетами. В приведенном ниже фрагменте текста выделенные определения-прилагательные, за исключением определения «прекрасный», это типичные логические определения, называющие «признак, который выделяет данный предмет из числа других» [Горшков1995:113]: *Так, например, в Гайторе стоит обратить внимание на чаттри (склепы, выполненные наподобие беседок) королевской семьи, МЕМОРИАЛЬНЫЕ мавзолеи, напоминающие о кремации умершего. Они выгравированы из прекрасного мрамора. Но, кроме того, Джайпур – это город-базар, где гость может купить себе самые РАЗНООБРАЗНЫЕ ЦЕННЫЕ вещи – от НАБИВНЫХ тканей, миниатюр и до ДРАГОЦЕННЫХ камней.*

ТИП РЕЧИ

Ведущим типом речи в обоих случаях является описание. Однако русский текст представляет собой достаточно последовательное сочетание описания и повествования, а в инонациональном тексте отдается предпочтение сочетанию описания с уточнениями и пояснениями, ср. описания бывшей столицы императора Акбара (в русском варианте – *Фатехпур*, в инонациональном – *Фатенпур*):

Русский вариант: *Фатехпур Сикри, город-призрак, бывшая столица императора Акбара, раскинулся по гребню скалистого хребта, расположенного в 40 км на юго-запад от Агры. Построен между 1569 и 1585 гг., а уже к 1600 году водные запасы оказались недостаточными для снабжения населения, и Акбар переместил свой двор в Лахор. Поэтому город лежал в забвении почти четыре столетия, зато сохранился почти идеально.*

Инонациональный вариант: *От Джайпура дорога ведет на восток к Агре (Уттар-Прадеш). Недалеко от Агры (38 км) находится Фатенпур Сикри, находящаяся под защитой ЮНЕСКО, постоянная резиденция Акбаров.*

ЖАНРОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

По формальной принадлежности к жанру оба текста являются идентичными – это фрагменты туристических каталогов, путеводителей по Индии. Но по жанровой интенции эти каталоги дифференцированы даже на уровне текстовых фрагментов. В данном случае мы имеем дело с очень интересным явлением – коммуникативно-прагматической интерференцией. «Интерференция – не менее сложное явление, имеющее, как минимум, два истолкования. Первое восходит к работам Г. Шухарда и нашло свое наиболее полное воплощение в теории У Вайнрейха. В соответствии с этой концепцией интерференция определяется как вторжение норм одной языковой системы в пределы другой. Вторая – психолингвистическая – концепция иноязычной интерференции, утвердившаяся в советской методике, восходит к работам Бодуэна де Куртене и его ученика Л.В. Щербы. Интерференция понимается ими как взаимодействие двух типов языковой деятельности билингва, приводящее к ошибкам, отклонениям в речи на изучаемом языке» [Митрофанова. Костомаров 1990:117].

В нашем же случае речь идет, скорее всего, о вторжении прагматических норм немецкого текстообразования в русскоязы-

зычный текст. Суть коммуникативно-прагматической интерференции состоит, как мы считаем, в том, что на русский текст могут быть перенесены не только нормы родного для иностранца языка, но и дискурсивные характеристики, в том числе – жанровая интенция.

В русском тексте сочетаются две интенции – информационная (познакомить потенциального туриста с одной из важнейших культурных достопримечательностей Индии) и воздействующая (заинтересовать адресата, апеллируя не только к познавательным мотивам путешествия, но и к эстетическому чувству). В тексте много подробностей, деталей, выразительных средств, которые свидетельствуют о желании автора привлечь внимание к красоте Джайпура. В свою очередь, эстетическая мотивация путешествия в инациональном тексте выражена значительно сдержаннее, текст более «сухой», чем русский. Сравним описания одной из самых интересных достопримечательностей Джайпура - Дворца Ветров.

Русское описание:

Хава Махал или «Дворец Ветров» - самая знаменитая достопримечательность Джайпура. Он был построен в 1799 г. для того, чтобы позволить придворным женщинам наблюдать уличные процессии, оставаясь при этом в строгом затворничестве. Благодаря его пятиэтажному фасаду, украшенному более чем 593 окнами и балконами с красивыми перегородками, здание кажется больше, чем есть на самом деле. В действительности, в большинстве мест оно едва ли шире всего лишь одной комнаты.

Инациональное описание:

К забавным сооружениям можно отнести Хава Махал (Дворец Ветров). Собственно говоря, этот дворец всего лишь фасад с огромным количеством оконных проемов. Раньше отсюда придворные дамы могли без помех наблюдать жизнь на улице, оставаясь при этом незамеченными.

В целом инациональный текст, как и русский, реализует две интенции - информационную и воздействующую. Однако воздействие инационального текста не столько эстетическое, сколько регулятивное. Воздействующий вектор текста связан в первую очередь с прескрипционной (предписывающей) интенцией (см. в тексте наши выделения заглавными буквами).

Все описание Джайпура буквально пронизано стремлением регулировать туристическое поведение: указаниями на туристические возможности, советами и рекомендациями туристу. Особенно четко прескрипционная направленность текста репрезентирована в последней его части:

(1)Из Удайпура РЕКОМЕНДУЕТСЯ ПРОВЕСТИ ЭКСКУРСИЮ ...

(2)На отрезке от Удайпура до Джайпура СТОИТ СДЕЛАТЬ ОСТАНОВКУ...

(3)Уезжая, ВМЕСТО ТОГО, ЧТОБЫ ПРЯМО ЕХАТЬ В ДЖАЙПУР, МОЖНО СДЕЛАТЬ В ВЫСШЕЙ СТЕПЕНИ ИНТЕРЕСНЫЙ КРЮК... ОТТУДА ЦЕЛЕСООБРАЗНО ЕХАТЬ ДАЛЬШЕ ЧЕРЕЗ КОТУ (С НОЧЕВКОЙ) И ПРИ ЭТОМ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С БУНДИ.

(4)ВЕСЬМА ИНТЕРЕСНО ПРЕДПРИНЯТЬ ЭКСКУРСИЮ ИЗ ДЖАЙПУРА В МАЛЕНЬКИЙ ЗАМОК В САМОДЕ, ЛУЧШЕ ВСЕГО С НОЧЕВКОЙ. И т.д.

Таким образом, вторжение в чужое коммуникативное пространство – это, с одной стороны, ориентация высказывания на чужие языковые нормы. С другой стороны, вторгаясь в пространство чужого текста, иностранный автор вносит в него элементы своего языкового и текстового сознания. Как следствие – может изменяться и прагматика текста, в частности его жанровая интенция. В данном случае с русским описательно-повествовательным текстом соотносится инонациональный описательно-прескрипционный текст, по форме напоминающий другой жанр туристического дискурса – туристическую инструкцию. В скобках заметим следующее. Проспект фирмы India Tourism подготовили два индийских автора и немецкий автор, однако их функции в выходных данных издания не разграничены. Думается все же, что текст (вербальную часть проспекта) писал немецкий автор, о чем свидетельствует явная регулятивная направленность высказываний, свойственная именно немецкому текстообразованию.

Обобщив специфику данного инонационального текста, мы можем отметить следующие его черты. По сравнению с русским текстом, инонациональный текст (в идентичных рамках дискурса и ситуации, стоящей за текстом) отличают: меньшая степень нормативности и меньшая степень образности. Ему присущи также иное сочетание типов речи и иная прагматика (регулятивная раз-

новидность воздействующей интенции), что в целом делает жанровую форму текста, скорее, немецкой, чем русской (в российском туристическом дискурсе принято более строго дифференцировать описательные и прескрипционные тексты, не смешивая их в жанровую амальгаму).

Используя предложенную выше методику сопоставительного анализа, мы в целом можем системно охарактеризовать текст на русском языке, принадлежащий автору иной национальности. Однако для анализа ряда текстов (художественных, публицистических, а также текстов, написанных билингвами) к этой методике можно присовокупить еще несколько, на наш взгляд, продуктивных текстовых сопоставлений.

1. По категории определенности / неопределенности. Неопределенность в инонациональных текстах выражается гораздо слабее, чем в текстах русскоязычных авторов. Думается, можно оставить без комментариев специфические русские выражения типа *«Авось, небось да как-нибудь»*, репрезентирующие совершенно не свойственную иностранцам неопределенность.

2. По нехарактерным для инонационального текста синтаксическим конструкциям, например уступительным предложениям с частицей НИ: *как (бы) НИ, кто/что (бы) НИ, какой (бы) НИ (Как НИ бейся, все равно ничего не получится).*

3. По нехарактерной для инонационального текста идиоматичности, например фразеологии, включающей лексику **БОГ, ЧЕРТ/БЕС, НЕЧИСТЫЙ, НЕЛЕГКАЯ:** *Принесла его нелегкая; Нечистый попутал; Одному БОГУ известно* (в текстах, написанных носителями восточной культуры, фразема выглядит иначе: *Одному АЛЛАХУ известно*).

4. По тональности текста.

Приведем пример из учебного пособия Л.И. Гришаевой и Л.В. Цуриковой (задание, в котором предлагается определить, какой из текстов написан российским автором, а какой – британским).

Текст российского автора: *Отношение русских к другим национальностям во многом зависит от того, что это за национальности. Все их зарубежные соседи без исключения – коварные, подлые, жадные и порочные, своим благополучием они все обязаны безжалостной эксплуатации бедных русских, их мозгов и их ресурсов. Если б не соседи, эти заносчивые американцы давно бы уже завидовали российскому благосостоянию.*

Текст британского автора: *Русские утверждают, что они страстно интересуются внешним миром, но при этом втайне боятся, что могут показаться другим недостаточно цивилизованными. Они неустанно гостеприимны, хотя, как правило, подшучивают над иностранцами, особенно за постоянное и настойчивое стремление тех быть пунктуальными, соблюдать договоренности и делать все по расписанию* [Гришаева, Цурикова 2003: 221-222].

Текст российского автора отличается от текста британского автора не только по репрезентированным авто- и гетеростереотипам русских. Отличие - в иронической тональности, типичнейшей чертой российской публицистической самохарактеристики, ср.: *Национальный вид транспорта в Петербурге – трамвай. Битком набитый в час пик, грохочущий на разбитых рельсах, трясущийся на подломленных рессорах, он все равно вызывает у петербуржца приступ умиления (особенно после сорокаминутного ожидания под проливным дождем или в мороз)*. (По очерку В. Николаева «Лицо петербургской национальности»). Подобная ирония в инонациональном тексте о русских почти невозможна, так как за ней стоит огромный национально-культурный пласт смыслов, которых мы, к сожалению, не имеем возможности коснуться в данной статье.

5. По категориям безличности и субъективной модальности

О типичной для российского высказывания категории безличности и об ее нехарактерности для инонациональных высказываний написано достаточно много. Не углубляясь в этот очень интересный вопрос, отметим лишь, что у иноязычных авторов и у билингвов редко встретишь устойчивые безличные выражения типа *«даться/даваться в руки»*, *«может стать»*, *«не могло быть и речи»*, *«накипело на сердце/в душе»* и т.п. В свою очередь, русская категория модальности придает тексту объемность, которая резко отличает его от инонациональных «плоских» текстов. Приведем в заключение два сходных по тематике фрагмента (судьбы женщин, приехавших из Узбекистана). В первом из них (русский автор) есть множественные речевые средства репрезентации безличности. Во втором (автор - узбечка, переехавшая на жительство в РФ) безличные средства почти полностью отсутствуют, их заменяют субъектные определенно-личные конструкции.

РУССКИЙ АВТОР

**... я не являюсь полноправной гражданкой России. У меня узбекский паспорт и справка из российского посольства в Узбекистане о том, что я оформляла российское гражданство. И никому почему-то НЕ ИНТЕРЕСНО БЫЛО ВНИКАТЬ в то, что российский паспорт мне в Таджикистане не выдали, потому что бланков НЕ БЫЛО. Их НЕ БЫЛО довольно долго, почти год, а потом я продала свою ташкентскую квартиру, и мы с Олегом переехали в Москву, куда его давно звали друзья. С его специальностью в Москве МОЖНО БЫЛО УСТРОИТЬСЯ на интересную и прилично оплачиваемую работу, в Ташкенте же перспектив НЕ БЫЛО никаких... И вот когда на меня рухнуло известие о неземной любви моего мужа, я с тем и осталась: с отсутствием паспорта, с отсутствием прописки и с отсутствием средств к существованию. ПЛАТИТЬ за жилье мне нечем, поскольку НЕТ работы и зарплаты, а работы НЕТ, поскольку НЕТ прописки и паспорта (А. Маринина «Каждый за себя». М.: Изд-во Эксмо, 2004).*

ИНОСТРАННЫЙ АВТОР

**Десять лет я жила со свекровью, спала в одной комнате с ней и детьми, ни чихнуть, ни охнуть. Вот так в ожидании покинувшего меня мужа прошли десять лет, прошла моя молодость. Десять лет вычеркнуты их жизни. Я жила не запертая, но в тюрьме. Без веревок, но связанная. Дети росли без него до третьего класса. И дома, и в садике, и в школе, и во дворе – везде они были без отца. В течение десяти лет задавали один и тот же вопрос:*

- Мама, где папа?

И получали один и тот же ответ:

- Папа уехал на заработки.

И все эти десять лет я ждала, даже не зная, придет ли когда-нибудь мой час. Не имела понятия, что будет дальше (Бибиш «Ток-шоу для простодушной», СПб: Изд-во Азбука-классика, 2005).

Предложенные в данной статье основания для сопоставления можно применять в минимальном объеме (по мере их необходимости для анализа специфики инонационального текста и в

случае, если сопоставление по одному основанию, например, по жанровой организации, дает убедительный результат), однако лучше все же использовать комплекс оснований. Возможно и расширение круга сопоставлений по иным (добавленным) основаниям. В целом же специфика инонационального текстообразования на русском языке относится к кругу проблем текстового сознания, отнюдь не идентичного языковому сознанию и ждущего своих исследователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. А.И. Горшков. Русская словесность: От слова к словесности. М.: Просвещение, 1995. – 336с.
2. Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Воронеж: ВГУ, 2003. – 369с.
3. Н.А. Купина. Лингвистический анализ художественного текста. М.: Просвещение, 1980. – 77с.
4. Фонетический аспект общения на неродном языке: Коллективная монография/ Науч. ред. Н.А. Любимова. СПб: СПбГУ, 2007. – 294с.
5. О.Д. Митрофанова, В.Г. Костомаров. Методика преподавания русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1990. – 268с.
6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высш. шк., 2005. – 310с.

3.2. НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНЦЕПТОСФЕРА

КИТАЙСКАЯ МЕДИЦИНА «В КАДРЕ» и «ЗА КАДРОМ»: ТЕКСТОВОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОГО КОНЦЕПТА

В современной лингвистике существует целый ряд направлений изучения концептов (логико-философское, психологическое, этическое, культурологическое и др.). Думается, не вызывает возражения мысль о том, что для описания концепта в рамках межнационального взаимодействия наиболее релевантным является последнее направление – культурологическое. Поэтому в данной статье мы будем отталкиваться от определения концепта, данного В.И. Карасиком на лингвокультурологической основе. Концептами, с точки зрения В.И. Карасика, являются «первичные культурные образования, являющиеся выражением объективного содержания слов, имеющие смысл и поэтому транслируемые в различные сферы бытия человека, в частности в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира» [Карасик 2001:102].

Существуют и разные подходы (например, линейный/нелинейный) к описанию концептуальной структуры. Так, М. Вл. Пименова считает, что «концептуальная структура формируется шестью классами признаков» (мотивирующим, образным, понятийным, ценностным, функциональным и символическим) [Пименова 2010:64-65]. С точки же зрения Л.Г. Бабенко, «совокупность когнитивных признаков, составляющих концепт... представляет собой не простую сумму этих признаков, которые даются методом перечисления, а структуру, сформированную из когнитивных признаков разного ранга, определенным образом организованную по принципу поля, в котором есть ядро, приядерная зона, ближайшая и дальняя периферия» [Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации 2010:11].

В настоящее время одним из приоритетных направлений изучения концепта являются исследования сопоставительного плана. На первом месте среди таких исследований находятся работы, в которых сопоставительное изучение концепта ведется с использованием психолингвистического метода ассоциативного эксперимента. Так, результаты ассоциативного восприятия кита-

измов (в том числе концептов) носителями русского и китайского языков представлены в статьях Е.А. Готовой и К.Е. Клапотовой (2009), Ю.Ю. Литвиненко (2009), С.Е. Мыльниковой (2009), Л.Б. Никитиной (2009) и др. В этих публикациях отражен межнациональный подход к изучению концептов, который может быть не только двухсторонним, но и трехсторонним, как, например, в статье Е. Е. Стефанского «Русский концепт *гнев* на фоне польской и чешской лингвокультур» [Стефанский 2010]. Однако возможен и дифференцированный внутринациональный подход, как, например, в статье А.Р. Жикеевой, в которой политические концепты исследуются в рамках языкового сознания казахов с родным (доминирующим) казахским языком, и языкового сознания русскоязычных казахов [Жикеева 2010:103].

Не имея возможности дать детальный обзор научного материала, посвященного описанию концептов, считаем необходимым отметить следующее: несмотря на постоянно увеличивающееся число публикаций в данной области, проблема описания концептосферы находится еще в стадии разработки. К нерешенным вопросам относится, на наш взгляд, описание специфических национальных концептов, вошедших тем не менее в народный опыт иных национальностей и ставших интернациональными. Существуют различные типологии концептов, есть и разные точки зрения на принадлежность концепта к той или иной концептосфере (собственно национальной или интернациональной). Со своей стороны, мы считаем, что весь арсенал концептов можно дифференцировать на локальные, универсальные, интернациональные и глобальные, цивилизационные.

ЛОКАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ соотносимы преимущественно с одной национальной культурой, но с разными историческими эпохами (*сарафан, валенки, оладьи, квас* и ряд других). За пределами России лексические репрезентации таких концептов чаще всего воспринимаются как экзотизмы.

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ - ключевые для подавляющего большинства языков и культур (*добро, зло, горе, счастье, земля, небо* и т.д.). Такие концепты часто описываются в сопоставительном лингвокультурологическом плане как, например, концепт «счастье». Примером могут служить названия двух публикаций: И.А. Шушарина «Этимология и диахрония при изучении концептов (на примере концепта «счастье» в русском и

польском языках)» [Шушарина 2010]; Е.А. Глотова, К.Е. Клапотовская «О некоторых национально-культурных особенностях концепта *счастье* (на примере русского и китайского языков)» [Глотова, Клапотовская 2009].

ЛОКАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ, ПЕРЕШЕДШИЕ В ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ. Это, например, концепт *йога*, первоначально репрезентирующий важнейшую для Индии совокупность духовно-философских практик, а затем вошедший в интернациональную концептосферу. Из русской же концептосферы в интернациональную перешли, к примеру, концепты *водка* и *самовар*, ср., мнение Е.А. Проценко: «Однако не только названия блюд русской кухни получили широкое распространение по всему миру. И другие слова, обозначающие исконно русские реалии, перестают быть жестко детерминированы страной своего происхождения и начинают использоваться более широко, в отвлечении от русской культуры и русского уклада жизни. Так, традиционный русский самовар можно встретить не только в России и Польше, но и в Касабланке... или Тегеране, в ресторанах Нью-Йорка... или Лос-Анджелеса, и даже в Викторианском отеле в Вест-Энде» [Проценко 2012:66].

ГЛОБАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ, которые с известной долей условности можно назвать цивилизационными. К ним можно отнести концептуализированные имена культовых фигур (Сталина, Черчилля, Мао Цзедуна и др.).

Локальные концепты, перешедшие в интернациональные, а также концепты глобальные часто остаются вне поля зрения исследователей. Происходит это не в последнюю очередь потому, что описание лексических, фразеологических и паремиологических репрезентаций данных концептов представляется достаточно затруднительным ввиду минимального объема справочной информации (в справочных изданиях даются, как правило, краткие сведения, ни в коей мере не охватывающие всего спектра представлений о концепте). Так, культовая не только для Кубы, но и для всего мира фигура Че Гевары (команданте Че) представлена в Советском энциклопедическом словаре только сухой дефиницией: *Гевара (Гевара де ла Серна) (Guevara de la Serna) Эрнесто (Че) (1928-67) лат.-амер. революционер, сопровождаемой небольшой биографической справкой. Имея в распоряжении лишь подобные дефиниции, структуру концепта охарактеризовать попросту не-*

возможно. А между тем имя собственное в данном случае стало прецедентным онимом, который трансформировался в национальный концепт, очень быстро превратившийся в интернациональный, а затем – в глобальный; в настоящее же время имя Че Гевары стало «раскрученным брендом». Аналогичное представление в справочных материалах имеют леди Диана, Билл Гейтс и другие, давно уже концептуализированные культовые фигуры XX – начала XXI столетия. Такие цивилизационные концепты, отражают глобальную концептуализацию современного мира, однако их описание, как и описание интернациональных концептов, еще очень далеко от завершения.

Вслед за Л.Б. Никитиной мы считаем, что минимум информации в словарных и справочных дефинициях «не может охватить всего семантического спектра данного слова, всех смыслов, из которых складывается данный языковой образ; тем более эта информация не обладает культурологической полнотой. Между тем именно то, что остается «за кадром» словарного толкования определяет специфику национального миропонимания и влияет на межкультурное взаимодействие» [Никитина 2009:266-267]. В статье «Что русскому душа, то китайцу тело? (Человек глазами представителей разных лингвокультур)» Л.Б. Никитина сделала удачную, на наш взгляд, попытку выявить то, что осталось «за кадром» словарных дефиниций, посредством обобщения данных ассоциативного эксперимента. Однако продуктивным способом выявления как национальной, так и интернациональной природы концепта является, как мы считаем, его исследование в рамках текстового представления.

При концептуализации национального мира концепт *медицина* может входить в сферу физиологического состояния человека, включающую, как минимум, концепты «здоровье», «болезнь» и «медицина». Однако концепт *медицина* неоднороден – он включает две концептуальные разновидности. Это а) медицина доказательная, научная и б) медицина традиционная, эмпирическая. Заметим, что в русской концептуализации мира есть концепт «народная медицина», соотносимый отнюдь не со всей российской медициной, включающей как научно обоснованные способы лечения, так и народный опыт, передаваемый из поколения в поколение.

В связи с выбором концепта «китайская медицина» хотелось бы отметить следующее. Концептом может быть не только отдельное слово, но и словосочетание, например фразеологизм, ср.: «... Своими концептами обладают не только отдельные слова, но и целые фразеологизмы, например «валаамова ослица», «тьма египетская» «демянова уха, «преданья старины глубокой», «дис-танция огромного размера» и т.д. Надо сказать, что в этих послед-них примерах концепт фразеологизмов как бы вытесняет даже значение фразеологизмов, занимает в языке даже большее место, чем значение» [Лихачев 1997:283]. В свою очередь, словосочета-ние «китайская медицина» представляет собой устойчивое неде-лимое выражение, являющееся репрезентантом большого пласта не только собственно китайской, но и всей мировой медицинской практики. О правомерности выделения концепта *китайская меди-цина* свидетельствует наличие аналогичных выражений, соотно-симых с иными культурами и иными референтами: «восточная медицина», «тибетская медицина», «арабская медицина», «тай-ская медицина» и др. Сказанное позволяет нам считать *китайскую медицину* именно локальным концептом, а распространенность китайской медицины и соответствующей номинации во всем мире позволяет говорить о том, что локальный национальный концепт трансформировался в концепт интернациональный.

Заметим также, что концепт *китайская медицина* репрезен-тирован в ряде текстов, соотносимых с разновидностями межна-ционального дискурса (китайско-российского, российско-китайского, и не только). Это обиходно-деловой и обиходно-бытовой дискурсы, туристический дискурс, собственно медицин-ский дискурс и другие дискурсивные разновидности, участниками которых являются люди разных национальностей.

Предложенный нами способ выявления концептуальной структуры этого и иных интернациональных концептов с опорой на связанные тексты предполагает:

1. Характеристику того, что «в кадре», то есть анализ спра-вочных дефиниций по ключевым словам.

2. Характеристику того, что не только «в кадре», но и «за кадром» (то есть репрезентировано в текстах, созданных как носителями, так и не носителями той или иной культуры). Это:

- *лексемное наполнение концепта (ключевые слова);

- *контекстуальное окружение концепта;

*образно-оценочные репрезентации концепта;

*представления, связанные с концептом.

Попытаемся охарактеризовать структуру концепта *китайская медицина* по этой схеме.

Наиболее полное определение китайской медицины, или традиционной китайской медицины, дано в электронной энциклопедии «Википедия».

«Традиционная китайская медицина (ТКМ) (англ. *Traditional Chinese Medicine, TCM*) – система современных учений и практик, зародившаяся в древнем Китае и возникшая из внимательного наблюдения за функционированием человеческого организма и последующей систематизации этих наблюдений с использованием характерной для данного региона парадигмы, которую можно охарактеризовать как учение о символах и числах» [<http://ru.wikipedia>].

Ключевые понятия определения: *учения и практики (современные, психофизиологические), древний Китай, функционирование человеческого организма, система/систематизация, символы и числа.*

Дальнейший анализ мы будем вести на материале двух текстов, один из которых написан китайским автором, а другой – российским (оба текста в рамках учебно-научного дискурса).

ТЕКСТ КИТАЙСКОГО АВТОРА

Текст принадлежит перу профессора Сунь Ваньфана (учебное пособие «Страноведение Китая», написанное на русском и китайском языках и предназначенное для русских студентов, которые еще не в полной мере овладели китайским языком).

ТРАДИЦИОННАЯ КИТАЙСКАЯ МЕДИЦИНА И ФАРМАКОЛОГИЯ (текст приведен в оригинале)

Китайская медицина и фармакология являются важнейшей составной частью блестящей культуры китайской нации. За несколько тысяч лет они внесли выдающийся вклад в процветание и могущество Китая. Китайская традиционная медицина, отличающаяся заметным лечебным эффектом, национальной самобытностью, своеобразными методами диагностики и лечения, систематическими теоретическими положениями и богатейшей исторической документацией, имеет свое особое место в медицине мира и стала общим богатством сокровищницы мировой медицинской науки.

Китайская медицина имеет многовековую историю, она проявляет свою огромную жизнеспособность и в наши дни. Она и современная медицина взаимно дополняют друг друга, что является спецификой и преимуществом традиционной медицины Китая.

Основные теоретические взгляды китайской медицины состоят в оригинальном познании плотных и полых висцеральных органов, меридианов и коллатералей, «Ци» и крови, жидкости тела, причины болезни и патогенеза. Методы лечения китайской медицины – «четыре метода осмотра пациента» и изучение заболевания: визуальный (изучение цвета лица), слуховой (прослушивание голоса больного), устный (выяснение путем опроса состояния больного) и щупальный (ощупывание его пульса). Помимо основного метода лечения, опирающегося на применение лекарств, китайская медицина использует также иглоукалывание, массаж, дыхательную гимнастику «цигун» и некоторые другие самобытные приемы лечения.

При династии Мин Ли Шичжэнь составил фармакопею «Бэньцао ганму» («Компедиум лекарственных веществ»), в которой описал 1892 вида лекарственных трав и другого целебного сырья и привел более 10 тыс. рецептов на их основе.

После образования КНР правительство придает большое значение китайской медицине и поддерживает ее развитие. В 1986 г. было учреждено Государственное управление по делам традиционной китайской медицины. Спустя 2 года на его основе создано Государственное управление по делам традиционной китайской медицины и фармакологии.

В Китае врачи традиционной медицины и западной медицины учатся друг у друга, пытаясь найти путь сочетания методов китайской и западной медицины, что стало новшеством для Китая. Китай находится в первых рядах в мире по 5 направлениям медицины, включая реплантацию отрезанных конечностей, лечение ожогов, лечение переломов, лечение острого заболевания брюшной полости и акупунктурную анестезию. Успехи в последних 3 направлениях достигнуты путем сочетания методов традиционной и западной медицины.

В последние годы отрядные успехи получены при лечении сердечно-сосудистых и цереброваскулярных заболеваний, иммунологической болезни, онкоза и переломов с применением методов китайской медицины. Вскрытие и систематизирование рецептов

народной традиционной терапии, обработка и приготовление лекарственных препаратов и изменение форм готовых лекарств получили новое развитие, что повысило способности предупреждения и лечения заболеваний методами китайской медицины и расширило сферу ее обслуживания. Традиционные средства китайской медицины – иглоукалывание, акупунктурная анестезия и утоление боли иглоукалыванием ныне распространены в 120 странах и районах мира.

Лексемное наполнение концепта: *болезнь, причина, органы, мередианы, коллатерали, «Ци», кровь, жидкость, лечение, лекарства, травы, рецепт, иглоукалывание (акупунктура), массаж, цигун, анестезия и др.*

Контекстуальное окружение концепта: *методы китайской медицины, четыре метода осмотра пациента: визуальный, слуховой, устный, щупальный; сочетание китайской (традиционной) и западной медицины, китайские лекарственные препараты, целебное сырье и др.*

Образно - оценочные репрезентации концепта: *составная часть блестящей культуры китайской нации; общее богатство сокровищницы мировой медицинской науки, богатейшая историческая документация.*

Представления, связанные с концептом: *особое место в медицине мира, национальная самобытность, самобытные приемы лечения, своеобразные методы диагностики и лечения, оригинальное познание, многовековая история, Ли Шичжень, фармакопея «Бэньцао ганму», развитие китайской медицины, поддерживаемое правительством КНР.*

Таким образом, структура концепта «китайская медицина», выявленная с опорой на связный текст, написанный китайским автором, включает информацию о строении человеческого тела, болезнях, их причинах, методах и средствах лечения. Кроме этого, структура концепта включает позитивную оценку, исторические представления, а также представления о национальной самобытности и месте китайской медицины в мировой медицинской практике.

ТЕКСТ РОССИЙСКОГО АВТОРА

Текст взят из книги Д.Д. Благого «Новый русско-китайский разговорник для туристов и деловых людей» (М.: Цитадель-трейд, 2008). Объем текста сопоставим с предыдущим, название текста - «Традиционная китайская медицина» (к сожалению, ограниченный объем статьи не позволяет привести текст полностью). Текст написан русским автором, хорошо знающим китайский язык и китайскую культуру, с опорой на китайские источники, о чем свидетельствуют отдельные иероглифические написания, которые мы опускаем, оставив лишь русские транслитерации.

Лексемное наполнение концепта: *болезнь, причина, организм, органы, сердце, легкие, печень, почки, селезенка, кровь, жидкость, диагностика, лечение, акупунктура, лекарства, травы, плоды, корни, минералы, настой, микстура, пилюли, пластырь, ингаляции, прижигание, массаж и др.*

Контекстуальное окружение концепта: *учение об Инь и Янь, два первоначала, Инь – женское начало, Янь – мужское начало, теория пяти стихий-первозлементов: дерева (му), огня (хо), земли (тху), металла (дзинь), воды (шуй); нарушение равновесия между силами Инь и Ян и пятью стихиями, четыре основные субстанции организма человека: жизненное семя (дзин), мировой эфир или прана (ци), кровь (сюэ) и остальные жидкости организма (дзинь-е), неправильная циркуляция четырех субстанций; энергетические каналы, засорение энергетических каналов, биологически активные точки, внешние причины болезни, травмы, эпидемии, «шесть вредных климатических воздействий: ветер (фэн), холод (хань), жара (шу), сырость (ши), сухость (дзао), огонь (хо), внутренние причины болезни, «семь эмоций»: гнев (ну), печаль (еу), непомерная радость (си), тяжёлые мысли (сы), горе (бэй), страх (кхун), внезапный резкий испуг (дзин); четыре понятия метода диагностики: осмотр при помощи слуха и обоняния, расспрос больного, щупание пульса, пальпация органов; три основных способа лечения болезней, серебряные иглы, европейская и традиционная медицина и др.*

Образно-оценочные репрезентации концепта в тексте отсутствуют, доминирует фактуальная информация.

Представления, связанные с концептом: *несколько тысячелетий; основателями считаются мифические древнекитайские государи Вошебный Земледелец и Желтый Император; «Трактат о травах и корнях», «Трактат о внутреннем», Ли Ши-чжэнь; подъем традиционной китайской медицины и фармакологии.*

Таким образом, структура концепта «китайская медицина» в тексте, написанном русским автором, предполагает, с одной стороны, отсутствие образно-оценочной информации, а с другой – гораздо более широкое привлечение фактуальной информации о человеческом организме, соотносимой с китайской натурфилософией. Это информация о причинах болезней, методах диагностики и лечения, в том числе лекарствах, а также исторические представления и сопоставления с европейской медициной.

Что же в текстовых представлениях концепта соотносимо с «кадром» (словарной дефиницией)?

В обоих текстах, с большей или меньшей полнотой, раскрыты все ключевые понятия, представленные в определении китайской медицины, однако самые яркие признаки концепта, объединившие справочную дефиницию и текстовые реализации, это отсылки к историческим представлениям и подача информации в количественных координатах и в символах.

В определении есть ключевое выражение *«древний Китай»*, в текстах – отсылки к древним основателям китайской медицины и их трудам. В определении речь идет о классической для китайской медицины парадигме «символов и чисел» – именно через парадигму символов и чисел китайская медицина представлена и в текстах. Сказанное особенно характерно для второго текста, написанного русским автором: *два первоначала, пять стихий-первоэлементов, пять главных органов человека, четыре основных субстанции, шесть вредных климатических воздействий, семь эмоций, четыре понятия диагностики, три основных способа лечения болезней// Инь – холодное, темное, пассивное женское начало, Янь – теплое, светлое, активное мужское начало; огонь=сердце, вода=почки, земля=селезенка.*

Думается, что повторяемость, инвариантность этих двух признаков (историчности и символично-числового способа представления) позволяет считать их **МЕНТАЛЬНОЙ СУЩНОСТЬЮ КОНЦЕПТА**. В скобках заметим, что достаточно большой массив текстов о китайской медицине репрезентирует эти признаки в качестве обязательных, кем бы тексты ни были написаны: носителем или не носителем китайской культуры. Национальную интерпретированность концепта отражают, в свою очередь, образно-оценочные репрезентации, сделанные носителем китайской культуры (взгляд «изнутри») и отсутствующие в тексте русского автора (взгляд «извне»): *китайская медицина – важная составная часть блестящей культуры китайской нации; общее богатство сокровищницы мировой медицинской науки и т.д.*

Какие же признаки концепта «китайская медицина» появились «за кадром», а именно - в текстах? «За кадром» появились признаки, связанные с системой представлений о концепте.

Прежде всего, это представления о существующей оппозиции «китайская медицина – европейская медицина». И важно не столько то, в каком ключе эта оппозиция интерпретируется (как сближение или как противопоставление), сколько то, что эта оппозиция в принципе существует (в иных текстах на эту тему оппозиция двух видов медицины выражена гораздо ярче и полемичнее).

Кроме сказанного выше, «за кадром» появляются и концептуальные для китайской медицины представления:

- *о причинах болезней (нарушение равновесия между силами Инь и Янь, то есть разбалансирование систем организма);

- *о методах диагностики (осуществляются человеком, а не механизмом, машиной);

- *о методах лечения (главные – иглоукалывание и массаж);

- *о лекарственных препаратах (натурального, а не искусственного происхождения) и т.д.

И наконец, текстовый материал способствует актуализации представлений о популярности и распространенности китайской медицины во всем мире.

В целом мы считаем, что, несмотря на определенные информационные различия, сопоставление репрезентаций концепта *китайская медицина* в текстах, написанных китайским и русским авторами, позволяет говорить о принципиальном сходстве струк-

туры концепта, и, как следствие, – о его интернациональном характере.

Каждой эпохе соответствует своя концептосфера. В настоящее время в концептосфере мирового сообщества интернациональные и глобальные, цивилизационные концепты занимают все большее место. Универсальные значения таких концептов, одинаково (или сходно) интерпретируемые представителями разных национальностей, создают в конечном счете почву для эффективного межнационального общения в эпоху развития интеграционных процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глотова Е.А., Клапотовская К.Е. О некоторых национально-культурных особенностях концепта *счастье* (на примере русского и китайского языков //Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. - Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 236-239.

2. Жикеева А.Р. Концепты национального языкового сознания //Концептуальные исследования в современной лингвистике. - СПб-Горловка: Изд-во ГГПИИЯ, 2010. – С. 100-106.

3. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии// Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 102- 108.

4. Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации (на материале лексики, фразеологии и паремиологии): проспект словаря /под общ. ред. проф. Л.Г. Бабенко. – Екатеринбург: УрГУ, 2010. – 340с.

5. Литвиненко Ю.Ю. Контрастивное изучение лексики (на материале лексико-семантического поля «Возраст») // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 210-215.

6. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М.: Academia, 1997. – С. 280 -287.

7. Мыльникова С.Е. Ассоциативное восприятие китаизмов носителями русского и китайского языков // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 259-265.

8. Никитина Л.Б. Что русскому душа, то китайцу тело? (Человек глазами представителей разных лингвокультур)// Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С.265-270.

9. Пименова М. Вл. К вопросу о методике концептуальных исследований (на примере концепта *судьба* // Концептуальные исследования в современной лингвистике. – СПб-Горловка: Издательство ГГПИИЯ, 2010. – С. 64-78.

10. Проценко Е.А. Русский язык в англоязычном медиапространстве (по материалам современной британской прессы) //Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. – Воронеж: ВГУ, 2012. - С. 64-68.

11. Стефанский Е.Е. Русский концепт *гнев* на фоне польской и чешской лингвокультур //Концептуальные исследования в современной лингвистике. – СПб-Горловка: Издательство ГГПИИЯ, 2010. – С. 411-418.

12. Шушарина И.А. Этимология и диахрония при изучении концептов (на примере концепта «счастье» в русском и польском языках // Концептуальные исследования в современной лингвистике. – СПб-Горловка: Издательство ГГПИИЯ, 2010. – С. 421-430.

3.3. НАЦИОНАЛЬНАЯ СИМВОЛИКА

3.3.1. СИМВОЛИКА КИТАЙСКИХ ЧИСЕЛ В РАМКАХ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Отношения между Китаем и Россией переходят на новый уровень, все чаще напоминая полноценный деловой диалог. Однако большая культурная разница (иные традиции, ритуалы, верования) нередко приводят к непониманию поведения партнеров, а иногда и к культурному шоку. Восток по-прежнему остается загадкой для русской души. Так, например, недоумение у русских вызывает отношение китайцев к числам, которые окружают их в быту. Именно поэтому в данной статье мы обратились к символике чисел в Китае. Работ по данному аспекту межкультурной коммуникации до сих пор немного из-за трудностей получения языкового материала. Однако ученые все чаще говорят о том, что «универсальное понятие числа обретает в различных языковых культурах специфические фоновые смыслы» [Цуй Хун Ень 2003: 5]. Нами предпринята попытка не только дать описание значения чисел, но и объяснить причину своеобразного отношения китайцев к тому или иному числу. Материал для статьи был собран методом непосредственной живой беседы с китайцами, а также методом извлечения со страниц международных Интернет-форумов.

Символическое использование и понимание чисел (и их сочетаний) в Китае обусловлено двумя факторами. Первый из них - это восточная философия, согласно которой весь мир разделен на два противоположных полюса «инь» и «ян». Это свет и тьма, небо и земля, живое и неживое, мужское и женское. Второй фактор — явление омонимии, которое придает числам дополнительную коннотацию. Именно омонимия (омофония) в основном и определяет отношение современных китайцев к числам (в скобках заметим, что молодежь, по сравнению со старшим поколением, менее трепетно относится к числам). Китайский ученый-лингвист высказывает аналогичную мысль: «Источником переосмысления наименований чисел оказывается их сходство в звучании с эмоционально-оценочными словами» [Цуй Хун Ень 2003: 8]. Символика чисел в их омонимическом значении зачастую играет определяющую роль в выборе даты для важного семейного или

делового события (свадьбы, проведения переговоров). Как отмечается в некоторых источниках, в ожидании даты, благоприятствующей погребению усопшего, проведение церемонии погребения иногда откладывалось на несколько недель. Любопытно, что в современной Интернет-коммуникации (чаще в программах мгновенного обмена сообщениями ICQ, QQ) числа под воздействием тенденции экономии речевых усилий используются вместо частотных слов (об этом ниже).

Обратимся к числам первого десятка.

Древние китайцы, как и древние греки, считали, что **1** - это основа всех чисел. Именно из единицы рождаются четные и нечетные числа. Китайский философ Лао-Цзы писал: «Одно рождает два, два рождает три ...». Единица соединяет в себе четное и нечетное, мужское с женским, а потому она является основой мира. **1** - это и дух, и свет, и слава, но в то же время - это материя, тьма и позор. Единица символизировала целостность и неразделенность мира. Ей соответствовали такие категории китайской философии, как «Великое Единое» 太一, «Великий Предел» 太極. Омоним этого числа — "*честь*", "*выигрыш*".

2 - это начало неравенства и противоречия, причина разделения всего на Земле. Два — это инь, женское, земное, неблагоприятное начало. В некоторых источниках **2** называли числом конфликта. Однако, несмотря на это, в современной Интернет-коммуникации «**2**» заменяет иероглиф 爱 - «любовь», «люблю», потому что проще набрать на клавиатуре ноутбука или сотового телефона «**2**», чем писать пхинином (китайская транскрипция) иероглиф «любовь». Это слово достаточно часто используется коммуникантами в Интернет-общении, что и породило числовую замену в других средствах связи. Интересно, что в Китае (в отличие от России) можно дарить **2** цветка. В Интернет-коммуникации **2** - «неумный». Омоним числа два - «*легко*».

3 – у китайцев вызывает следующий ряд ассоциаций: три основных сокровища буддизма; триада «Небо - земля — человек»; число силы Ян; Триратна – Будды: Сакья-муни, Амитабу и Майтрея; 3 мира по представлениям буддистов - Мир пожеланий, Мир цвета, Мир бесцветий; три сокровища кабинета (кисточка, тушница, бумага). Даосские тексты и духовная традиция, как по мнению

многих китаеведов, так и по представлениям самих мастеров и мыслителей, гораздо чаще связаны с числом **три**. Интересно, что в древнекитайской культурной традиции именно **3** считалось первым числом, оно открывало числовой ряд. В различных мифологиях Вселенная состоит из трех компонентов: Неба, Земли и Воды. Омоним числа три — "*рост*".

4 - это для китайцев, пожалуй, самое противоречивое число. С одной стороны, оно символизирует четыре стороны света 四大, четыре сезона года 四时, 四期, четыре символа 四象. С другой стороны, омофон числа четыре - «*смерть*». Именно поэтому в Китае четверку стараются не использовать. Так, например, никто не хочет иметь номер телефона с цифрой 4 в середине или на конце. Любопытно, что нередко четверку заменяют буквой "F". Логика данной замены такова: «фа» - четвертая нота в гамме (до, ре, ми, фа). А [фа цай], в свою очередь, омоним слова "разбогатеть". Так часто делают в жилых домах, и особенно в больницах, так как четвертый этаж [сы лоу] - это «этаж смерти». В лифтах часто нет кнопки четвертого этажа, а просто пишется: 1, 2, 3, 5A, 5B. Бывает также, что в здании, рассчитанном на иностранцев, отсутствуют этажи 13 («чертова дюжина») и 14 (омоним «верная смерть»), вместо них — 12A и 12B. Однако самое страшное для китайцев сочетание 42 - это означает 死儿, «*мертвый сын*». Обратное сочетание 24 -это омоним «*легкой смерти*». 174 - «*Все умирают вместе*». Число «48», хотя и включает четверку, интерпретируется как «*большое богатство*»: в нем четверка означает не «смертельные деньги», а «*деньги, добытые тяжелым, изнурительным трудом*».

5 - у китайцев является самым важным из чисел, представляющим естественный жизненный ритм, космический миропорядок. Это самое благоприятное число, оно имеет такое же значение, как семерка в европейской культуре. Ассоциативный ряд у числа 5 - это «*пять стихий*» 五行, «*пять пневм*» 五气, «*пять звуков*» 五声, четыре стороны света плюс центр и т.п. В Интернет-коммуникации «5» - это замена иероглифа 我, местоимения «я». Омоним числа — "*ничто*".

6 - для жителей Поднебесной - это «*везение*», «*везучий*». Иногда 6 [liu] трактуют как 乐 [le] — «*радоваться*». Число 66 в Китае означает отнюдь не «число дьявола», а высшую инстанцию

— «небо». 66 омоним «*всегда повезет*», «все в порядке». Омоним 6 — «*богатство*».

7 - так как 7 созвучна с 起 [qǐ] ("подниматься, получить, поднять(ся)", то, соответственно, номера авто и телефонов, оканчивающиеся на 17 и 517, означают "*продвижение по карьерной лестнице*" 要起, 我要起. Омоним числа — "*навверняка*".

8 - любимейшее число в Китае, символ совершенства, полноты в природе и в государстве. Ассоциативный ряд у китайцев таков: восемь направлений, восемь сезонов и восемь ветров, диктующих погоду.



Это 8 годовых праздников, 8 богов: бог Неба, бог Земли, бог Войны, бог Тьмы, бог Света, бог Луны, бог Солнца, бог 4-х времен года. 8 духов, 8 драгоценностей: сердолик, коралл, черепаховая кость, перламутр, рубин, лунный камень, горный хрусталь. 8 классов, приближенных императору. 8 по-китайски звучит как [ba]. Однако на юге Китая читается как [fa] = [фацхай] = «*разбогатеть*», именно поэтому китайцы любят номера, в которых одна из составляющих 8. Особенно престижно иметь несколько восьмерок в номерах машин и телефонов. Три восьмерки [ба-ба-ба] означают то же, что и [фа-фа-фа] - «*процветание*». Не случайно Олимпийские игры 2008 года в Пекине открывались 8 августа в 8 часов вечера. Интересно, что из-за веры китайцев в силу числа «восемь» выдача автомобильных номеров в Китае - это один из самых прибыльных видов бизнеса: с 1988 г. в Транспортном управлении Гонконга регулярно проводятся аукционы автомобильных номеров, но продажа номера «8» за 650 тыс. долларов, которая состоялась на первом же аукционе, до сих пор остается рекордом Книги Гиннеса. Нравится китайцам и число «28» - оно является омонимом «*легких денег*». В Интернет-коммуникации 88 из-за созвучия является заменой прощального заимствования [бай-бай].

9 - в китайской традиции девятка символизирует понятие «*все*», «*долго*», «*навсегда*». Омоним числа — «*долголетие*».

Теперь немного о некоторых числах второго десятка.

11 - считается хорошим сочетанием. 一心一意的, то есть «*всей душой и всем сердцем*». Букет из 11 цветов означает, что дарящий любит адресата всей душой и всем сердцем.

12 - омонимом числа **12** служат слова «*выигрыш, рост, легко*».

13 – к этому числу китайцы относятся без предубеждения (для них оно не является «чертовой дюжиной»). Однако, учитывая суеверия европейцев, китайцы стараются не использовать эту цифру в местах, рассчитанных на иностранцев. Интересно, что 十三点 (буквально 13 точек) обозначает ругательство.

Омонимическое истолкование применимо к **двузначным или большим числам**, например: 58 - это омоним *«нет денег»*.

В соответствии с шанхайским произношением 75 = 七五 = 吃污, что можно приблизительно перевести как ругательство *«есть экскременты»*.

78 - в Интернет-коммуникации означает *«иди»* (при прощании с собеседником).

150 - у «челноков» означает *«вешать лапшу на уши»*.

168 - *«желаю много денег»*. Это популярное сочетание цифр в Китае. На юге читается как [и лу фа], то есть *«богатство по всему пути»*.

Цифру 250 стараются не произносить. Это можно объяснить тем, что, согласно притче, «в далекой древности один из чиновников выделялся своей грамотностью и деловитостью. Завистники не могли ему это простить и подослали наемного убийцу. Умирая, чиновник сказал своему императору: «Я научу тебя, как найти моих убийц. Ты объяви, что я был очень плохим чиновником и что убийца сделал доброе дело, избавив страну от меня. А затем объяви ему награду в 1000 ляннов серебра». Император так и сделал. После чего за наградой пришло 4 разных человека, каждый из которых назвал себя убийцей. Император повелел каждому дать по четверти награды, по 250 ляннов, и казнить всех четверых».

В некоторых провинциях Китая 250 二百五 означает *«дурак»*.

518 - омофон *«я хочу разбогатеть»*; 5918 我就要发 *«я скоро разбогатею»*.

521 - омофон *«я тебя люблю»*.

575 по-шанхайски 我吃污 *«я ем грязь»*.

Устанавливая цены на товары и услуги, вручая деньги как подарок, китайцы стараются использовать красивые сочетания цифр: 999,99, 888 юаней. Интересно, что при торге с продавцами жители Поднебесной также апеллируют к омофонии цифр и

сбивают цену, например, со 144 до 130 юаней.

В заключение отметим, что символика чисел, приобретаемая за счет омонимии, играет большую роль в быту китайцев, во многом определяя их поведение. Необычайно востребованы числа в настоящее время и в Интернет-коммуникации: их используют как «числовые синонимы» частотных слов, тем самым экономя время и усилия, которые нужно затратить на создание эффективного сообщения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Восточное полушарие: форумы о Китае, Японии, Корее и других странах Азии. URL: <http://polusharie.com/>.

2. Цуй, Хун Ень. Семантика наименований чисел в русском и китайском языках: Лингвокультурологический аспект. Дис. канд. фил. наук. - Краснодар: 2003.

3. Шевченко В.В. Символика и значения числовых компонентов в английских фразеологических единицах. АКД. - М.: 2001.

3.3.2. КИТАЙСКИЕ БЫТОВЫЕ ПРИМЕТЫ КАК НОСИТЕЛИ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

В языке отражается восприятие мира человеком. Поэтому процесс постижения китайского языка должен проходить одновременно с процессом познания культуры Поднебесной, ее традиций, верований, примет.

Мы предлагаем рассматривать примету с позиций лингвокультурологии: «Объектом лингвокультурологии является исследование взаимодействия языка, который есть транслятор культурной информации, культуры с ее установками и предпочтениями и человека, который создает эту культуру, пользуясь языком» [Маслова 2001:7].

Как и у других этносов, у китайцев существуют свои приметы.

В: К. Харченко рассматривает примету как жанр и феномен национальной культуры: «Народная примета - это проверенное многократными наблюдениями или традиционно принятое и пе-

редаваемое из поколения в поколение предсказание событий, выраженное в краткой, отточенной форме» [Харченко:1992 78].

О. Б. Христофорова определяет примету как «истолкование некой ситуации (реальной или увиденной во сне), которое используется носителями традиции для построения своего поведения» [Христофорова 1998:12].

По мнению М. А. Кульковой, «приметы обладают предсказательно-назидательным началом, особым образом отражают образное мышление народа и его исключительную наблюдательность. Народные приметы являются национально-прецедентными феноменами, участвующими в создании национально-когнитивной базы этнокультурного общества. Анализ охвата паремиологического описания стереотипных жизненных ситуаций характеризует национальное пространство прецедентности, формирующееся в процессе многовекового освоения членами этнокультурного общества опыта взаимодействия с окружающей средой, его социализации и рефлексии. Статус прецедентных феноменов народные приметы приобретают в результате длительного закрепления «правил поведения» в народной речевой практике, обретая характер устойчивых и регулярно используемых фраз в бытовом дискурсе. [Кулькова 2011:8].

Любопытным нам кажется наблюдение Н. Н. Ивановой: «Тематико-идеографическая классификация примет дает возможность увидеть, какие ценности являются наиболее важными для человека, воссоздают фрагменты этноязыковой картины мира. Приметы обладают высоким лингвокультурологическим потенциалом, поскольку в них отражен длительный процесс развития народной культуры» [Иванова 2005:3].

Е. Е. Тонкова выделяет такие функции примет, как «регуляторная, когнитивная, ритуальная, этическая, этикетная, гигиеническая, экологическая, игровая, лингвоэстетическая» [Тонкова 2007:4].

Жанр народных примет распадается на три кластера: календарные приметы, метеорологические (они же «погодные») и бытовые.

Материал статьи (китайские бытовые приметы) извлекался путем сплошной выборки из русско-китайского Интернет-форума «Восточное полушарие». В рамках этого ресурса русские, приехавшие в Китай, описывают свой опыт общения с китайцами, а жители Поднебесной и китаеведы-любители поясняют некоторые

особенности поведения китайцев, в том числе и приметы. Часть примет была извлечена из сайтов, посвященных искусству фэн-шуй. В данной статье мы впервые в научной литературе попытались описать некоторые китайские приметы и предпринять попытку их объяснения (в случаях, когда это возможно).

Приметы, связанные с богатством

Многие приметы обусловлены классической китайской теорией об энергии Ци (жизненной энергии, существующей в каждой точке Вселенной). Так, например, считается, что ношение нефритового кольца на мизинце привлекает богатство. Мужчинам рекомендуется носить кольцо на левой руке, а женщинам на правой.

подавляющая часть китайцев не делает депиляции на ногах и в подмышечной впадине. Одно из объяснений кроется в поверье: волосы - это деньги, нельзя избавляться от денег.

Если у человека нервный тик левого глаза - к деньгам, тик правого глаза к неприятностям.

В Китае есть ряд примет для азартных игроков. Если человек уже выиграл некоторую сумму денег и решил продолжить игру, то не стоит уходить из-за стола, мыть руки и даже отлучаться в туалет. Он должен терпеть. У китайцев вода символизирует деньги, а если человек покидает игорный стол и отправляется в туалет, это равносильно тому, что он сливает/смывает деньги.

Для привлечения удачи рекомендуется носить в кошельке несколько грамм морской соли. Менять ее следует раз в месяц, так как считается, что за этот срок соль теряет свои свойства. Еще один активатор денежной удачи - это листик мяты в кошельке. Считается, что запах мяты притягивает богатство.

Некоторые китайцы от сглаза привязывают на зеркало, фаркоп, ручки дверей своей машины красную ленту. Красный цвет играет большую роль в жизни китайцев. Красный символизирует юг с буйством жизни во всех ее проявлениях и соответствует стихии огня (максимальная жизненная сила и активность) и Солнцу. Огню и всему, что с ним соотносится, свойственны жар, зной, стремление (вектор) вверх. Поэтому в наиболее радостные моменты жизни китайцы предпочитают красные одежды, например, наряд невесты и свадебная атрибутика всегда красного цвета. Такая сила отпугивает злых духов, приносит удачу в дом и гармонизирует общую атмосферу.

Приметы в деловой коммуникации

В России документы (паспорт, деньги), как правило, подают одной рукой, а в Китае двумя - в знак уважения. Левой рукой нежелательно подавать документы, брать визитные карточки или подарки, указывать на кого-либо — это объясняется тем, что в прежние времена левой рукой подмывались после посещения туалета.

Не рекомендуется использовать красные чернила при подписании документов: красными чернилами подписывали смертный приговор. Также красным цветом пишут таблички на надгробиях.

Владельцу магазина не рекомендуется класть мухобойку около кассы - это может привести к отпугиванию клиентов. То же касается и метлы.

Приметы, связанные с подарками и процессом дарения

На день рождения не принято дарить обувь или часы, что объясняется омофонией данных слов. Так, произношение слова «тапки» совпадает с произношением слов «неровно, криво, наискось, наперекосяк». «Настенные часы» по-китайски произносятся как [zhong] , а «дарить» по-китайски звучит как [song]. В целом «дарить часы» по-китайски произносится как [songzhong], что значит «присутствовать при кончине», «прощание на похоронах».

Нельзя дарить зонтики, т.к. зонт [Sǎn] созвучен с 散 [Sǎn] «разброс». Иными словами, дарить зонт - это к разлуке, расставанию.

Не следует дарить острые предметы, так как это рассматривается как «угроза дружбе».

Цветы традиционно дарятся людям, лежащим в больнице (или выписывающимся). Цветы преподносят на похороны. Эти традиции меняются со временем, но до сих пор остается обычай дарить людям цветы в четном количестве, что, безусловно, вызывает замешательство у русского человека.

Для китайцев совершенно нормальным считается два-три раза отказываться от подарков. Китаец, который принял подарок «без церемонии», рискует выглядеть жадным. Поэтому дарящему необходимо настаивать на том, что подарки «совсем маленькие» и что он обидится, если их не примут.

Приметы, связанные с одеждой

Не принято носить зеленую шапку. Она воспринимается как российское слово «рогоносец». Это объясняется тем, что в древнем Китае все мужчины - служащие публичных домов, должны

были носить зеленую шапку как сословную принадлежность. Оттуда и пошло 帽子.

В день встречи Нового года (в свой год по китайскому календарю) надо надеть красное нижнее белье, красные носки, красные майки — это, по поверью, приносит тройное счастье.

Мужу нельзя покупать носки, «а то он будет гулять».

Семейные приметы

Китайцы неизменно придавали большое значение семье, семейному благополучию и рождению многочисленного потомства. В их представлении многодетность была олицетворением семейного счастья.

Китайцы, в отличие от русских, не называют детей в честь родителей - этим они их якобы унижают.

Существует группа примет, связанных с беременностью, новорожденным ребенком.

Если беременная женщина часто поглаживает свой живот, то ребенок может родиться избалованным.

Если во время беременности женщина любит есть кислое, то это говорит о том, что родится мальчик, если острое - то девочка.

Беременная женщина не должна держать чужого малыша, потому что, по поверью, у него будет расстройство желудка.

Большие мочки уха у ребенка — это символ благословенности. Мягкие кости уха — напористость. Если уши топорщатся, мальчик вырастет подкаблучником. Китайцы также полагают, что ребенок, родившийся с пухлыми ушами и вогнутым пупком, обязательно будет успешным и счастливым в будущем.

Первый предмет, за которым потянется новорожденный, считается очень важным в китайской культуре, так как он относится к истинному предназначению ребенка.

Чтобы ребенок в будущем хорошо и красиво говорил, нужно дотрагиваться до его губ вареным языком курицы.

Принято дарить 100 яиц когда ребенку исполняется 100 дней. Дарят и мальчикам и девочкам. Объясняется тем, что кормящей матери нужно хорошо питаться (раньше в голодной стране это был очень ценный подарок).

Приметы, связанные с обустройством дома

Для древнего китайского учения «фэн-шуй» зеркало — это мощное средство, способное многое поменить как в пространстве дома, так и в жизни его обитателей.

В культуре Китая зеркало считается изгоняющим зло: по поверью, зло, которое смотрит в зеркало и в нем видит свое уродство, сразу охватывает ужас.

У китайского народа также существует традиция, согласно которой находящиеся в разлуке супруги разбивают зеркало и хранят его половинки; если один из них изменяет другому, то его половина зеркала превращается в сороку и спешит сообщить новость обманутому супругу.

Часто при входе в дом и внутри можно обнаружить декоративное мандариновое дерево. В древнем Китае мандариновое дерево всегда символизировало неугасающую страсть. Считалось, что сладкие, спелые, золотисто-оранжевые плоды мандарина придают отношениям супругов пылкость.

В Китае в канун Нового года двери и окна домов красят заново - в красный цвет, после чего украшают их бумажными лентами с написанными на них пожеланиями благоденствия, счастья и долголетия.

В праздник Весны принято вывешивать на дверь иероглиф «счастье», причем очень часто вешают его в перевернутом виде, так как «счастье вверх ногами» омофон словосочетания «наступило счастье».

Приметы, связанные с птицами, насекомыми и животными

Бабочки символизируют вечную любовь между возлюбленными. Существует старинная китайская легенда. Молодые люди полюбили друг друга, но родители девушки были категорически против их брака и заставили юных влюбленных расстаться. Не выдержав мучительной разлуки, они вскоре умерли, но после этого родились снова, уже бабочками, и таким образом соединились навеки.

Если сова залетает в дом или в больницу или человек слышит ее уханье, то это к беде.

Как и в России, в Китае вороны предвещают несчастье.

Сорока в Китае - это хороший знак. Местные жители считают ее счастливой птицей и безгранично верят в то, что убившего ее ожидают крупные неприятности. В Китае она является символом удовольствия. По поверью, ее голос ободряюще действует на тех, кто ее слышит. Согласно этой традиции трещащая сорока приносит хорошие новости и весть о том, что придут гости. И в

настоящее время сорока часто изображается на китайских поздравительных открытках. Изображение двенадцати сорок – символ добрых пожеланий. Во время царствования династии Манчу сорока олицетворяла имперское правление. Она считалась птицей доброго предзнаменования. Если человек, размышляющий над принятием какого-либо решения или же собирающийся начать дело, требующее его заинтересованности и внимания, неожиданно слышал голос этой птицы, это символизировало знак удачи. Следует упомянуть и о том, что в китайском языке ее название означает «птица радости». Не случайно в Китае на свадебных подарках часто изображают двух сорок или сороку на ветке сливы, что означает пожелание счастья и любви в браке.

В Китае кошка является хранительницей достатка. А если в доме появилась вдруг чужая кошка, то, скорее всего, это предвещает бедность. Если по ночам кошка не спит, то она будит и вызывает души умерших.

В Китае летучие мыши – это символ неисчерпаемого богатства. Изображение летучей мыши служит аллегорией «счастья», так как звучание слова «летучая мышь» омофон слова «счастье». Считается, что если в доме есть хотя бы изображение этих животных, то уже это привлекает постоянно растущий доход. Кроме того, для своих гнезд летучие мыши выбирают только благоприятные места, с хорошей энергетикой.

Олень олицетворяет пожелание удачной карьеры, поскольку слово «олень» - омофон словосочетания «успешная карьера».

Китайцы считают, что черепаха способна предвидеть будущее. Недаром еще в глубокой древности черепахи панцири использовались для гадания и предсказания судьбы. Именно за мудрость и уважали черепаху. С одной стороны, ее образ стал символом высокого положения на иерархической лестнице. Золотые печати правительственных ведомств периода Хань были украшены изображением черепахи; при династии Тан чиновники в ранге от 5-го и выше носили в качестве аксессуара кисет с черепашиным орнаментом. Позднее образ черепахи стал использоваться для отделки зданий; наибольшую популярность приобрели каменные изваяния огромных черепах, несущих на спине высокую стелу. С другой стороны, у китайца нельзя спрашивать: «Как ты думаешь, какая будет погода?». Китаец может обидеться, потому что пого-

ду чувствует черепаха, которая является еще и символом обманутого мужа.

Тигр - еще один образ, пользующийся уважением среди китайцев. Тигра также именовали «царем зверей». Он служил символом силы, мужества и воинственности. Так же, как и льву, тигру приписывали способность отгонять нечисть. Существовал обычай шить для новорожденного чепчик и тапочки с изображением тигра, которые ребенку надевали в 100-й день после появления на свет. Тем самым родители хотели оградить ребенка от болезней и порчи, выражали свою надежду на то, что он вырастет здоровым. Если рождался мальчик, то тигровый орнамент должен был означать пожелание видеть сына сильным и бесстрашным. В районе Центрального Китая в обычае класть в приданое невесты игрушечных тигрят, сделанных из теста, посредством чего выражается пожелание, чтобы у молодоженов родился сын.

Из рыб в качестве благого символа используется золотой карп. Дело в том, что слово «рыба» - омофон слова «достаток». Поэтому образ рыбы используется в качестве символа богатства и достатка. В некоторых провинциях в Новый год принято готовить блюдо с золотым карпом (пожелание богатства в новом году). Более того, образ рыбы означает так же плодovitость, и молодоженам часто преподносят в дар нефритовую рыбку, желая им иметь многочисленное потомство. Карп является также персонажем широко бытующей в народе притчи об отважных карпах, которым удалось преодолеть Драконовый порог на реке Хуанхэ, отличающийся необыкновенной силой течения. Согласно притче, ежегодно в третьем месяце косяки карпов поднимаются против течения к верховью Хуанхэ. Большинство из них погибают в пути, лишь немногим удастся преодолеть Драконовый порог. Такие смельчаки сами превращаются в драконов. Эту притчу часто вспоминают, когда речь заходит о претендентах — участниках экзаменов на занятие должности. Проводится своеобразная параллель между содержанием притчи и трудностями, ожидающими экзаменуемых на пути к карьере. Зато человека, выдержавшего экзамен с хорошими результатами, приравнивают к «карпу, перепрыгнувшему Драконовый порог и превратившемуся в дракона».

Треногая Жаба с монеткой во рту — любимый талисман китайцев. Она символизирует прирост, процветание, привлекает удачу в финансовых делах.

В заключение отметим, что часть примет обусловлена учением об энергии Ци, часть — историей страны, часть — явлением омофонии, а некоторые являются отражением многолетних наблюдений народа за явлениями окружающей действительности. Справедливым нам кажется замечание Тан Хань: «Хотя многие народные приметы и традиции не соблюдаются большинством современных людей, они все же хорошо характеризует китайский народ с его любовью к жизни, богатству и желанием отсрочить смерть» [Тан Хань 2011:3]. К сожалению, изучение китайских примет осложняется тем, что в России мало переводных сборников примет и большинство из них знакомо русскому человеку лишь благодаря эзотерической литературе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буров В.Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. — М., 2000.
2. Восточное полушарие: форумы о Китае, Японии, Корее и других странах Азии. URL: <http://polusharie.com/>.
3. Иванова Н.Н. Структурно-семантические особенности и лингвокультурологический потенциал приметы. АКД. — Псков: 2005.
4. Кулькова М.А. Когнитивно-смысловое пространство народной приметы. АДД. — Казань: 2011.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Академия, 2001. - 208 с.
6. Садова Т. С. Народная примета как текст и проблемы лингвистики фольклорного текста. АДД. — СПб: 2004.
7. Тан Хань. Лингвокультурная специфика русско-китайского делового общения. АКД. — М: 2011.
8. Тонкова Е.Е. Народная примета с позиций лингвокогнитивистики и лингвокультурологии. АКД. — Белгород: 2007.
9. Харченко В. К. Язык народной приметы // Рус. яз. в школе. 1992. № 1. - С. 78-82.
10. Харченко В.К. Народная примета как феномен культуры // Исследования по лингвофольклористике. Вып. 1. — Курск: 1994. - С. 7-9.
11. Храпченко М. Б. Текст и его свойства // Вопросы языкознания. 1985. № 2. - С. 3-10.
12. Христофорова О.Б. Логика толкований: Фольклор и моделирование поведения в архаических культурах. - М.: 1998.

3.3.3.КИТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ И ПРИМЕТЫ КАК НОСИТЕЛИ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ: ОСОБЕННОСТИ ТРАПЕЗЫ

Активное взаимодействие Китая и России в настоящее время приводит к необходимости описывать и изучать культуру Поднебесной, потому что незнание и несоблюдение некоторых особенностей коммуникации и элементов культуры в процессе межкультурного диалога может привести к коммуникативной неудаче. К компонентам культуры, несущим национально-специфическую окраску, традиционно относят «а) традиции (или устойчивые элементы культуры), а также обычаи (определяемые как традиции в „соционормативной" сфере культуры) и обряды (выполняющие функцию неосознанного приобщения к господствующей в данной системе нормативных требований); б) бытовую культуру, тесно связанную с традициями, вследствие чего ее нередко называют традиционно-бытовой культурой и т. д.» [Тер-Минасова 2008: 145].

На протяжении долгого времени наука (вслед за обществом) была устремлена в сторону Европы, изучая особенности коммуникативного поведения ее жителей. Китай как страна третьего мира мало интересовала исследователей с точки зрения межкультурной коммуникации, отсюда небольшое количество русско-китайских лексикографических работ, отражающих лингвокультуру Китая (словарей пословиц, примет и т.д.). И сейчас, когда сформирована потребность в изучении китайской культуры и языка, мы столкнулись с крайним недостатком систематизированного языкового материала подобного рода. Именно поэтому для описания языка и культуры Китая приходится обращаться к международным Интернет-форумам, дневниковым записям туристов и российских мигрантов, размещенным в блогах, а также к эзотерическим источникам, описывающим философию и традиции фэн-шуй. Большую роль в сборе и интерпретации материала играют и личные наблюдения.

В данной статье с позиций лингвокультурологии рассматриваются китайские традиции и приметы, относящиеся к процессу сервировки стола и приема пищи. Объектом лингвокультурологии является языковая личность как обобщенный носитель «культурно-языковых и коммуникативно-

деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [Карасик 1996: 3]. Для нас особенно важно, что «человек как член определенной лингвокультурной общности наиболее ярко обнаруживает себя в коммуникативном взаимодействии. При этом лингвокультурологию интересует типизированность проявления стереотипных установок, поведенческих реакций, сходство мировоззренческих представлений и оценок в отношении тех или иных предметов, явлений, жизненных ситуаций» [Там же].

Обращение к традициям сервировки стола и приема пищи имеют большую практическую значимость: малый и средний бизнес России все чаще находит партнеров в Поднебесной, переговоры ведутся на китайской стороне и по китайским традициям. Деловой ужин может быть началом или финалом переговоров между российскими и китайскими бизнесменами. Мы считаем, что описание и лингвокультурологический анализ китайских традиций и примет поможет оптимизировать процесс общения для российской стороны. Однако стоит учитывать, что традиции разных провинций могут не совпадать, а жители Севера Китая могут верить в приметы, о которых не слышали на Юге Китая.

В Китае любовь к еде носит философский характер: в гастрономических привычках отражается понимание гармонии в противоречиях, а также равновесия между природой и жизненной силой. В Китае культ еды возведен в ранг искусства, поглощение пищи — это обряд. Большинство разговоров китайцев сводятся к еде. Приветствуя друг друга, китайцы интересуются: «*Вы уже ели?*» ([Ни тши лэ ма] 你吃了吗?). А о человеке, потерявшем работу, говорят: «*Он разбил свою чашку с рисом*». Интересно замечание о том, что вся китайская реклама апеллирует «к желудку», а не к эмоциям или разуму.

В Китае всегда относились к пище как к величайшему дару, умели ценить каждую плошку риса, что, вероятно, породило поговорку «*Богом люди считают пищу*». Многовековая история китайского народа связана с борьбой за выживание (по числу стихийных бедствий Китай занимал ведущее положение в мире). Народ столетиями недоедал: последний голод приходится на 60-е гг. XX в., а в некоторых бедных провинциях и в настоящее время многие люди ограничены в еде.

Традиции сервировки стола и процесса приема пищи обусловлены несколькими факторами. Во-первых, это влияние мифологии. Согласно китайской мифологии, в деревенской печи (которая была центром жилища) обитали кухонные боги. Печному богу в первую очередь сообщали обо всех событиях семейной и личной жизни. Рядом с печью стояла деревянная статуэтка божества, которую время от времени «кормили», смазывая губы сиропом. Во-вторых, суть китайской трапезы заключается в равновесии «инь» и «ян» между запахами, фактурами и ингредиентами. И это обуславливает порядок подачи блюд. В прежние времена сервировка стола, одевания слуг и даже музыка, звучащая во время трапезы, были строго регламентированы. Часть традиций и примет в области приема пищи соблюдается пожилыми китайцами и теперь, однако некоторые молодые китайцы в отдельных провинциях не знают и не чтят традиций. Опишем и попробуем по возможности объяснить некоторые из них с позиций лингвокультурологии.

Посуда. Палочки для еды. В русской культуре считается, если из рук случайно выпала вилка (ложка/ нож), то это к приходу гостя, *в Китае же потеря палочек или их поломка считается предвестником беды. Неприлично накалывать на палочки еду (исключение составляют большие куски мяса), «рисовать» ими по тарелке или столу; облизывать палочки, указывать ими на что-то - палочки предназначены для еды, все остальные действия с ними в руке оскорбляют культуру и традиции страны и демонстрируют неуважение к правилам поведения за столом. Также нельзя сжимать обе палочки для еды в кулаке, поскольку этот жест считается угрожающим. Палочки должны лежать строго параллельно друг другу и на одном уровне: иначе кажется, что одна палочка длиннее другой, а это предзнаменование смерти, потому что раньше в Китае гроб состоял из двух коротких и трех длинных досок, и разноуровневые палочки напоминают об этом. Постукивать палочками по краю чашки не принято, так как это ассоциируется с попрошайничеством (нищий стучит о металлическую чашку, привлекая внимание прохожих). Если человек стучит палочками по краю стола, то это означает выражение недовольства в адрес повара. Втыкать палочки вертикально в чашку с рисом также возбраняется, поскольку это напоминает фимиамовые палочки в храме, воткнутые в песок в рамках погребальной церемонии, и символизирует смерть.*

Кроме того, есть следует правой рукой, развернув ее ладонью вверх. Если ладонь повернута вниз, значит, этот человек не дорожит своим богатством. Чем дальше от острых концов девушка держит палочки, тем дальше от дома она найдет себе мужа. Другая примета: чем выше девушка держит палочки, тем позже выйдет замуж.

После еды палочки необходимо положить на специальную подставку. Если специальной подставки нет, то палочки нужно положить перед тарелкой, острыми концами налево. Нежелательно класть палочки так, чтобы острые концы указывали в сторону кого-либо из сидящих за столом — это примета, предвещающая ссору. *Отодвигать палочки в сторону не рекомендуется.* Выражение «отодвинуть палочки» также знаменует смерть. *Молодоженам принято дарить палочки как пожелание скорейшего рождения сына.*

Во время чаепития китайцы стараются ставить **заварочный чайник** так, чтобы носик не указывал на кого-либо из присутствующих, так как он *повернут в сторону плохого человека, которого не хотят видеть в компании.* Это связано с притчей о дворцовых интригах, согласно которой носиком чайника тайно указали на предателя - наемного убийцу. В процессе застолья *чашка с чаем не должна быть пустой ни у одного из присутствующих* - наполненная чаем чашка означает благодарность и уважение к собеседнику или гостю.

Чашу (碗) с рисом принято держать пальцами за верхний край, или за основание, или за то и другое, но нельзя ставить ее на ладонь — *это жест попрошайничества*, запретный за обеденным столом (по той же причине никогда нельзя направлять на себя кончик палочки). *При сушке посуды нельзя переворачивать чашу (碗) — кто-то из близких заболеет.*

В Китае во время празднования Нового года за столом не используют **нож**: *если кто-то случайно порежется, он «на весь год отрежет удачу».*

В России если тарелка разбилась, мы говорим: «На счастье!». В Китае говорят «岁岁平安», что означает «Мир для всех!» (дословно — «каждый год пусть все будет спокойно»), потому что слово 碎 [суэй] «разбиться» омофон словосочетания 岁岁 [суэй суэй] «каждый год».

Китайская трапеза. Застолье в Китае имеет свои особенности, отличается порядком подачи блюд. Иностранцев особенно поражает то, что гостям перед началом трапезы предлагают чай и десерт, а в заключение подают суп.

Когда хозяин стола поднимает палочки над своей плоской риса или нацеливается ими на какое-нибудь блюдо, это знак того, что можно приступать к еде.

Блюда из курицы. В состав многих китайских блюд входит голова курицы (для китайцев это самая вкусная часть птицы, в России же, напротив, куриная голова считается субпродуктом). *Голову из тарелки берет тот, кто самый главный в компании, сидящей за столом,* кстати, он же должен открывать ужин, пробуя первое блюдо. Однако, слово «курица» (鸡) в современном китайском языке часто используется в переносном смысле, обозначая женщину легкого поведения. Именно поэтому в определенных случаях (например, на свадебном обеде) подавать блюда из курицы считается неприемлемым. *При встрече Нового года есть курицу тоже не рекомендуется - будешь с окружающими людьми часто ссориться.* Объясняется это тем, что куры - птицы драчливые и недружелюбные.

Блюда из рыбы. Немало традиций и примет в китайской культуре связано с рыбой. *Тому, на кого указывает рыба голова, когда ее ставят на стол, намекают на скорое увольнение.* Безусловно, такие знаки в деловой коммуникации может считывать (распознавать) только тот, кто знаком с культурой и традициями Китая. Поэтому рыбу стараются поставить параллельно краю стола, чтобы никого не обидеть. Со своей стороны, в компаниях своих, приятельских *оказавшиеся у противоположных концов рыбы должны выпить вместе, причём "хвостатый" пьет в честь "головастого".* Во время поедания рыбы китайцы, живущие в приморских городах, ее не переворачивают, а *сначала съедают верх, убирают хребет и едят второй бок.* Это обусловлено приметой: *«Будешь рыбку на тарелке ворочать, потом лодка твоя на рыбалке перевернется».* В Китае приготовленная рыба напоминает о рыбаках, которые ее поймали, и о человеке, плывущем на лодке по реке жизни.

Лапша и пельмени. 送行的饺子, 接风的面 – *«На прощание пельмени, а на встречу – лапша».* На китайском банкете по поводу встречи обязательным угощением является длинная лапша, сим-

волизирующая неразлучность друзей. А на прощальный ужин заказывают пельмени - это означает пожелание благополучия друзьям.

Длинная лапша - это еще и символ продолжительности, долголетия. Поэтому не принято ее резать. На День рождения в Китае принято готовить именно лапшу: именинник получает большую порцию длинной лапши в качестве одного из подарков.

Существуют разногласия по поводу того, что символизируют пельмени на новогоднем столе. Одни китайцы считают, что пельмени по виду похожи на медную монету, и люди едят пельмени во время праздника Весны, считая этот процесс «приемом капитала»; начинка для пельменей символизирует надежду на счастье в новом году. Другие китайцы говорят, что поедание пельменей за новогодним столом символизирует единство всех членов семьи, пельмени – это счастье и согласие в семье. Если все члены семьи за одним столом вместе едят пельмени, то это означает воссоединение всей семьи после разлуки. Когда гостей угощают пельменями – это знак уважения к ним и символ гостеприимства хозяев.

Специи. В России, если случайно просыпали соль, — к ссоре, а в Китае, если просыпали перец — значит, любимый человек изменяет.

В России, если блюдо пересолено, то про повара говорят: «Влюбился!», в Китае, - «Повар убил того, кто продает соль» (厨师把卖盐的打死了).

Приметы, связанные с фруктами, обусловлены явлением омонимии. «Яблоко» (苹果- [пхингуо]) совпадает по звучанию со словами «покой», «благополучие». Поэтому в Китае яблоко является символом счастья.

Слово «груша» (梨 – [ли]) является омофоном слова «разлука» (分离 – фэнь ли), поэтому в Китае считается, что лучше не брать груши при посещении больных; нельзя делить грушу с друзьями.

По-китайским обычаям **количество блюд на столе должно быть четным**, а на поминках наоборот - число блюд должно быть нечетным. Объясняется это восточной философией, согласно которой весь мир разделен на два противоположных полюса «инь» и «ян». Это живое и неживое, свет и тьма, небо и земля, мужское и женское. *В Китае нечетные числа ассоциируются со смертью или бедами.* На официальных приемах в честь гостей обычно не

бывает меньше двенадцати блюд. Чем больше блюд — тем богаче хозяин.

Особенности поведения. Иногда во время трапезы китайцы благодарят друг друга за внимательность и любезность, постукивая двумя пальцами правой руки по краю стола. Считается, что данный жест вежливости восходит ко временам династии Цин, когда император инкогнито "ходил в народ". Сопровождавшие его лица не могли высказать свое уважение правителю словами и выражали его, постукивая двумя пальцами по столу. Сейчас многие китайцы так выражают благодарность, не прерывая основной беседы.

Атрибут хорошего ужина — отрыжка, которая вызывает неприятие у европейцев. Как и в других азиатских культурах, в Китае отрыжка за столом - знак удовлетворения пищей. Однако сейчас все больше китайцев стараются придерживаться европейских стандартов.

Современная жизнь вносит свои коррективы: сейчас, когда к человеку во время банкета подходит другой человек с предложением выпить, необходимо из уважения встать, а осушив бокал до дна, показать, что он пуст. «Gone Bay» ([ган бей] 干杯) — универсальный тост в Китае. Он означает «осушим бокалы» или «ура!».

Если человек хочет закурить во время трапезы, то сначала он должен предложить сигареты людям, сидящим рядом с ним: те, кто курят, - возьмут, ибо отказываться неприлично, а если не курят - поблагодарят и откажутся.

Если китаец приглашает делового партнера на ужин, то последнему не стоит доедать все блюда до конца, иначе пригласивший будет считать, что он мало заказал и не "раскошелится". Если же еды останется достаточное количество, то тем самым гость покажет, что наелся и что щедрость пригласившего не знает границ. Недоеденное блюдо - это еще и демонстрация того, что страна вышла из голодного кризиса.

Бытовые традиции и приметы, описанные в данной статье, - это очередной шаг в попытке систематизации элементов бытовой культуры Китая. Расширение влияния стран Азиатско-Тихоокеанского региона на мировую экономику позволяет более уверенно говорить о необходимости системного лингвокультурологического описания барьеров в межкультурной коммуникации «Россия – Восток». Чтобы быть интересным и прагматически значимым «собеседником» для

Китай, в нашей стране должны знать тонкости его культуры, в том числе и бытовой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буров В.Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. – М., 2000.
2. Восточное полушарие: форумы о Китае, Японии, Корее и других странах Азии. URL: <http://polusharie.com/>.
3. Истомин М. Пельмени из Китая, или взгляд на это блюдо с его Родины (по материалам русского вещания «Международного радио Китая» (russian.cri.cn) из Пекина и международных информационных и кулинарных сайтов) // Портал о странах и народах мира. URL: <http://www.portalostranah.ru/>.
4. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. - Волгоград ; Архангельск: 1996.
5. Китайская кухня // Великий Китай URL: <http://iclub-china.com>.
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. - М.: Слово/Slovo, 2008.

3.4. НАЦИОНАЛЬНО-МЕНТАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ

ЯЗЫКОВОЕ СОЗНАНИЕ БИЛИНГВА, ИЛИ «СВОБОДА ПОРЫВОВ», В КНИГЕ Э. САФАРЛИ

Из ряда книг Э. Сафарли нами была выбрана первая – «Сладкая соль Босфора». Выбрана именно потому, что она – первая, и реперзентация языкового сознания автора минимально скорректирована в ней наработанной со временем идиостилевой манерой. «Сладкая соль Босфора» при первом прочтении произвела приятное впечатление – свежий материал, интересные детали и подробности, в ряде случаев яркие метафоры и метафорические образы. И все же в тексте Э. Сафарли явственно чувствовалось что-то чужеродное, хотя книга и написана на русском языке.

Может быть, это ощущение возникло потому, что речь идет о другой стране (Турции) и в тексте много экзотизмов (в конце книги дается целый список турецких и арабских слов и выражений с их переводом или объяснениями)? Вспоминаю пелевинскую «Generation «П» и ее героя, криэйтера Вавилена Татарского, с его речью, пересыпанной англицизмами, и рекламным слоганом: *«Под Кандагаром было круче»*. Кандагар тоже не в России находится, и все же и текст пелевинской книги – родной, и слоган – родной, вызывающий пучок ассоциаций.

А может быть, ощущение инородности появилось потому, что книга Э. Сафарли рассчитана на другого адресата (девушку или молодую женщину), которого автор охарактеризовал в интервью для газеты «Бакинский рабочий» от 30.12. 2011: «Мне сложно представить, как мои книги читают мужчины и зрелые женщины, которые уже научились жить без оглядки назад». В этом же интервью автор говорит: «В условиях современного книжного бизнеса писать для себя, не задумываясь об аудитории, - слишком дорогое удовольствие. Это могут позволить только именитые писатели. Например, Кинг, Акунин, Улицкая, Петрушевская. И даже они стараются не уходить далеко от жанра стилистики, к которой привык их читатель».

Да, у Б. Акунина иной адресат, но его книги именно о любви – об одной из самых больших ценностей для молодых людей. Потому что если мужчина видит непохожесть женщины на других, воспринимает ее как «залетную птицу», то это – текстовая проекция на любовь. «Пока смерть не разлучит нас...», ср.:

«Однако куда больше Корнелиуса занимала канцлерова дочь Александра Артамоновна, по-домашнему Саша. Худенькая, беленькая, с круглым лицом и тонким вздернутым носом, с продолговатыми серыми глазами, она представлялась фон Дорну залетной птицей, угодившей в варварскую Московию по прихоти недоброго ветра: подхватил нежную пташу, занес ее за тридевять земель, да и бросил посреди чуждой, дикой чащи» [Б. Акунин. «Алтын-толобас»]

А если мужчина описывает женщину с использованием фруктово-овощной метафоры, то это – проекция не на любовь, а на «отношения», ср.:

«Купидоны, вырвавшись из пробок, выстрелили в меня у овощной лавки в вечно прохладном помещении «Мигроса». По-

следний пучок салата, на светло-зеленых веерах которого одновременно соприкоснулись две руки. Моя, ее. Всегда получаешь то, чего меньше ждешь. Неоспоримый факт, оспариваемый людьми без веры в чудеса... Чуть смуглая кожа, глаза цвета зеленого кофе. Длинные каштановые волосы, собранные в пучок на затылке. Небольшой рост, маленькие пальцы со слабыми ногтями. Чарующая улыбка с ямочками на щеках. Запах кожи сводит с ума. Он словно ветерок, наполненный ароматом тюльпанов с почти неосязаемой мандариновой горчинкой. Она прикасается к руке, и мне кажется, что в мире нет более гладкой, упругой кожи» [Э. Сафарли. «Сладкая соль Босфора»].

Не верится как-то, что в супермаркете над пучком салата герой Э. Сафарли мог почувствовать в запахе любимой *«аромат тюльпанов»* с *«мандариновой горчинкой»*. Не верится и в *«неоспоримый факт»*: для россиян неоспоримых фактов существует крайне мало – оспаривается почти любая фактуальная информация, не говоря уже об информации эмоциональной.

Однако не подобные нестыковки делают текст Э. Сафарли, написанный на русском языке, «неродным». Чужеродность текста детерминируется, в первую очередь, языковым сознанием билингва, которое отнюдь не тождественно языковому сознанию монолингва.

Эльчин Сафарли родился в г. Баку и имеет смешанные азербайджанские, турецкие и русские корни. Жил и работал в Стамбуле. Он принадлежит к билингвам, а возможно, и к полилингвам, то есть с детства владеет двумя или тремя языками – русским, азербайджанским и турецким. По образованию журналист, пишет на русском языке. Со своей стороны мы относим книги Э. Сафарли к межнациональному дискурсу именно потому, что в их тексте не могло не отразиться двойственное (или даже тройственное) языковое сознание автора (в дальнейшем будет употребляться термин «билингв»).

В настоящее время в специальной литературе коммуникационным проблемам билингвов и полилингвов уделяется достаточно много внимания, и все без исключения исследователи отмечают специфичность билингвальной коммуникации по сравнению с монолингвальной. Как правило, билингвальная коммуникация изучается экспериментальным путем на материале устной разговорной речи, в результате чего делаются выводы о причинах ком-

муникативных неудач и различиях языкового сознания билингов и монолингов. Так, Ю.С. Фомина, исследуя коммуникацию студентов, владеющих одним, двумя или тремя языками, отмечает следующее: «Причинами... коммуникативных недостатков выступают явления социально-культурного и индивидуально-психологического плана. В числе основных факторов, затрудняющих процесс вербального и невербального взаимодействия, можно назвать следующие: различия в мировоззрении и поведении индивидов, обусловленные принадлежностью говорящих к разным культурно-языковым общностям, давление, оказываемое на собеседников представителями социальной группы, к которой они принадлежат; несовпадение интересов общающихся; речевые ошибки, возникающие в ходе коммуникации» [Фомина 2012:116].

В свою очередь, мы обратились к письменной (в целом очень мало изученной) коммуникации билинга Э. Сафарли, не имея цели написать рецензию на его книгу. Отталкиваясь от мысли У. Вайнрайха о том, что чертой многоязычия, «которую легко представить в виде переменной, является степень владения каждым данным языком у одного и того же говорящего» [Вайнрайх 1972: 28], мы попытались выявить хотя бы малую долю различий между монолингвальным русским и билингвальным языковым сознанием, репрезентированным не в устной разговорной речи, а в тексте, имеющем черты как художественного, так и публицистического стилей (влияние журналистской профессии автора). В основе этой статьи лежит мысль о том, что российское языковое сознание отражает средствами языка иррациональность, неопределенность, непредсказуемость и диалогичность бытия. Языковое же сознание билинга возможности русского языка использует в гораздо меньшей степени, а иррациональная сторона человеческого существования передается внешними средствами, в частности - возможностями нарратива. Попытаемся доказать это, обратившись к языковым категориям безличности, определенности / неопределенности и модальности.

«Сладкая соль Босфора» - это книга о том, как молодой человек, переживший любовную драму, уезжает жить в Стамбул, «город души», где пытается избавиться от одиночества, «отпустить прошлое» и начать новую жизнь. И это ему удастся – Стамбул открывает герою свою магию, герой выплачивает кредит за квартиру, заводит друзей, у него появляется собака. И наконец –

самое главное! – он встречает девушку Зейнеп, свою любовь. Через весь текст книги красной нитью проходит мысль об активности субъекта и о свободе человеческой воли. Автор декларирует:

**идею корреляции свободы с желаниями личности: «Быть свободным – значит верить в собственные желания. Многие из них кажутся неосуществимыми. Так кажется. Просто надо сделать первый шаг. Дальше, легче... Быть свободным - значит никогда не жалеть»;*

**идею прямой зависимости свободы от воли человека: «Быть свободным – значит желать, добиваясь желаемого»;*

**мысль о свободе порывов и необходимости их реализации: «...стремление обрести свободу порывов с годами продолжало нарастать. Укреплялось. Расцвет произошел в городе души, где, наконец, ощутил моральную свободу»; «Если требовала душа, требования немедленно выполнялись»;*

**веру в себя: «Верь в себя. Только так можно стать счастливым»;*

**идею возможности строить жизнь «по собственному сценарию»;*

**идею возможности сознательного построения внутреннего мира: «Сотни минут, часов, дней, месяцев уйдет на построение внутренней конструкции жизни. С мощным фундаментом, качественным бетоном из камушков смелости. После воздвижения собственного мира былая сумбурность исчезнет. Воцаряется покой, детали разложены по полочкам, эмоции обретают должные гаммы»;*

**идею возможности самостоятельного выбора своей судьбы: «Каждый сам делает выбор. Выбор с целью обретения внутреннего счастья»;*

**идею возможности исполнения желаний по воле человека, корректировки жизни: «Жизнь поддается корректировке. Внести изменения проще простого. Стоит захотеть».*

Иными словами – человек сам кузнец своего счастья. Однако эту идею, столь растиражированную в идеологизированной литературе советского периода, русское языковое сознание давно отвергло. На уровнях языка, речи и текста это связано прежде всего с категорией безличности, репрезентирующей иррациональность бытия: «Относя безличность к «индивидуальным свойствам русского языка», Н.Д. Арутюнова писала, что в русском языковом

сознании человек, занимая центральную позицию в жизни, чувствует свою подчиненность внешней или внутренней силе и стремится согласовать свои действия с течением самой жизни. Это и нашло отражение в безличных конструкциях» [Владимирова 2009: 23]. Безличные глаголы «обозначают состояние природы, психические и физические состояния живых существ, действие неизвестной силы, наличие, бытие чего-либо, модальные оценки» [Майданова 1993:268]. Именно «действие неизвестной силы», ее влияние на человеческую жизнь сотни раз, с опорой на категорию безличности, находило отражение в произведениях писателей-монолингвов, ср.: *«У Данилы с Катей, - это которая своего жениха у Хозяйки горы вызволила, - ребятишек многонько НАРОДИЛОСЬ. Восемь, слышь-ко, человек, и все парнишечки... Ребятки здоровеньки росли. Только одному НЕ ПОСЧАСТЛИВИЛОСЬ. То ли с крылечка, то ли еще откуда свалился и себя повредил: горбик у него расти стал. Баушки правили, понятно, да ТОЛКУ НЕ ВЫШЛО. Так горбатенькому и ПРИШЛОСЬ НА БЕЛОМ СВЕТЕ МАЯТЬСЯ... Он третьим в семье-то ПРИХОДИЛСЯ, а все братья слушались его... И то Митюньке ДАЛОСЬ, что отец смолоду ловко на рожке играл...»* [П.Бажов «Хрупкая веточка»].

Подобная концентрация безличных глаголов, репрезентирующих влияние неизвестной силы на человеческую жизнь, абсолютно естественна как для автора - монолингва П.П. Бажова, так и для его адресата. Безличные формы выражения мысли, закрепившиеся в процессе становления языкового сознания, имманентны для русскоязычного читателя и отражают национальные основы восприятия человеческого бытия не только в рациональном, но и в иррациональном ключе (*«Так случилось»*, *«Не сложилось»*, *«Дернуло меня за язык»*, *«Не задалось»*, *«Меня как повело»* и др.). Ср. мнение Т.Е. Владимировой: «Категория безличности, отражающая укоренившееся в сознании языческое восприятие внешних обстоятельств как некой силы и православное стремление преодолеть собственную гордыню, может быть отнесена к тем глубинным интуициям о бытии и о самом себе, которые составили одну из основополагающих скреп русской ментальности» [Владимирова 2009:24].

Такой «интуиции о бытии» у билингва Э. Сафарли нет. Его герой активен, совершает действия по собственной воле, поэтому безличных конструкций в книге крайне мало, а текстовая ткань,

наполненная личными конструкциями, репрезентирует не внешние обстоятельства, а субъекта как творца собственной судьбы. Особенно ясно активность субъекта проявляется в третьей части книги «Счастье в городе души», отражающей рациональное восприятие мира, связанное с исполнением мечты:

«Как только между тетушкой Нилюфер и мной было подписано кредитное соглашение на покупку ее квартиры, приступил к ремонту. Первым долгом избавился от банального паркета. Заказал отлично просохшие доски из дуба. Лесной запах, бело-коричневые природные орнаменты, душевная аура. На доски нанесли лак. Все МЕЧТА ГОТОВА!».

Внешняя, неизвестная сила репрезентирована в языковой ткани текста Э. Сафарли преимущественно глаголом *«пришлось»* в контекстах, говорящих о стечении обстоятельств. Но чаще всего безличные глаголы в «Сладкой соли Босфора» обозначают психическое состояние, эмоцию, чувство, желание субъекта (*«... на тот момент мне больше всего ХОТЕЛОСЬ написать тебе всего четыре слова. «Не жди меня, прошу, забудь»; «Смелости вернуться в Стамбул НЕ ХВАТАЛО» и т.д.*) и имеют синонимами прозрачные личные конструкции: *«Я хотел написать...»*, *«Я боялся вернуться...»*.

Второй категорией, свойственной русскому языковому сознанию и во многом отражающей иррациональность бытия, подчиненность его внешним обстоятельствам, является категория определенности/ неопределенности. Не вдаваясь в теорию категорий, отметим все же, что наиболее частотным средством репрезентации неопределенности в русском языке являются неопределенные местоимения с частицами -ТО, -ЛИБО, -НИБУДЬ, -КОЕ, а также неопределенные местоимения и наречия с приставкой НЕ. Так, местоимения с частицей -ТО означают, что «элемент ситуации одинаково неизвестен говорящему и адресату», а местоимения с частицами -НИБУДЬ, -ЛИБО «указывают, что говорящий безразличен к выбору предмета, признака или количества в качестве элементов отражаемой ситуации» [Майданова 1993:182-183]. В художественной литературе эти местоимения могут использоваться для замещения лексем со значением «рок», «судьба», «фатум», «обстоятельства», ср. конец одного из коротких рассказов И. Бунина: *«Беспощаден КТО-ТО к человеку!»*. В разговорной речи неопределенность эксплицируется множеством средств, и пре-

жде всего устойчивыми выражениями типа: *невесть как/какой, сколько, что; черт-те откуда/что, где*. С неопределенностью может сочетаться смысл «любой, всякий»: *какой ни то; абы какой*. Неопределенность часто сочетается со смыслами «средний», «небольшой», «не очень качественный»: *не ахти как/какой, сколько, что*. Существует и неперебиваемые, но абсолютно понятные русскоязычному читателю выражения типа «*Авось кривая вывезет*», «*Как-то там*», репрезентирующие неопределенный способ действия для достижения цели, ср. множественное воплощение неопределенности у Н. Гоголя: «*Ну, КАК-ТО ТАМ, знаете, с обозами или фурами казенными, - словом, судырь мой, дотащился он КОЕ-КАК до Петербурга. Ну, можете представить себе: ЭДАКОЙ-КАКОЙ-НИБУДЬ, то есть, капитан Копейкин и очутился вдруг в столице, которой подобной, так сказать, нет в мире! Вдруг перед ним свет, так сказать, НЕКОТОРОЕ ПОЛЕ ЖИЗНИ, сказочная Шезерезада. Вдруг КАКОЙ-НИБУДЬ ЭДАКОЙ, можете представить себе, Невский проспект, или там, знаете, КАКАЯ-НИБУДЬ Гороховая, черт возьми! или там ЭДАКАЯ КАКАЯ-НИБУДЬ Литейная...*».

В свою очередь, в повествовании Э. Сафарли неопределенность отсутствует почти полностью. Например, его герой ТОЧНО ЗНАЕТ, КАК ИМЕННО он доберется до Баку или Стамбула, более того – он точно знает, КАК ИМЕННО люди справляются с обуревающими их или окружающими чувствами, воспоминаниями, переживаниями: «*Меня подтолкнула мама. В один дождливый день собрала мои вещи, посадила в такси, всучила в руки билет: «Езжай. Обрети себя заново, балам!» Произнесла важные слова, поцеловала, заплакала. Дверь такси захлопнулась. И вот я снова с вами... Мама-Скорпион всегда одолевала мою нерешительность. И в этот раз она опять помогла... Я в Стамбуле. В этом ее заслуга. В этом заслуга многих. Ваша любовь перетянула меня обратно сюда... Теперь жизнь совсем другая. Стал сильнее. Еще сильнее*».

Э. Сафарли предельно конкретен – конкретен в деталях, подробностях, метафорике: «*В турчанке, СЛОВНО В КИСЛО-СЛАДКОМ ГРЕЙПФРУТЕ, ГАРМОНИЧНО УЖИВАЮТСЯ ДВА СХОЖИХ ЦИТРУСА*». Конкретность высказываний сочетается с категоричностью суждений, выводов, например выводов о характере турецкой женщины: «*Когда есть причина, с надрывом пла-*

*чет. Когда есть повод, ликует от радости. Это не две стороны одной медали. Это реалии современного мира – белая полоса рядом с черной». Категоричность авторского сознания, как следствие, детерминирует неумение (нежелание? невозможность?) отразить иную точку зрения, хотя именно точка зрения «является центральной проблемой композиции произведения искусства» [Успенский 1995:9]. Сравним, к примеру, две точки зрения на азиатского принца в рассказе И. Бунина «Господин из Сан-Франциско». Точка зрения автора-повествователя, скорее, негативна: *«Он по росту казался среди других мальчиком, он был совсем не хорош собой и странен – очки, котелок, английское пальто, а волосы редких усов точно конские, смуглая тонкая кожа на плоском лице точно натянута и как будто слегка лакирована»*. Точка зрения дочери господина их Сан-Франциско явно позитивна: *«... но девушка слушала его и от волнения слегка не понимала, что он ей говорит; сердце ее билось от непонятого восторга перед ним: все, все в нем было не такое, как у прочих, - его сухие руки, его чистая кожа, под которой текла древняя царская кровь, даже его европейская, совсем простая, но как будто особенно опрятная одежда таила в себе неизъяснимое очарование»*.*

В свою очередь, Э. Сафарли даже не допускает существования иной точки зрения, иного взгляда на окружающий мир, кроме авторского, и это особенно ярко проявилось в портретных описаниях: *«Сана и ее дочь Ане. Темнокожая женщина с густыми бровями. Крупные черты лица. Восхитительные руки – тонкая кисть, шелковистая кожа. Физический труд не испортил природной красоты. Такое ощущение, будто Сана все дни проводит у маникюрщицы. Выдают отросшие, местами потрескавшиеся кутикулы – косметического увлажнения в помине не видели. У Ане мамины черты. Правда, грубости в контурах лица нет. Губы обветренные. На подбородке черная родинка»*. В абсолютно плоских портретах Э. Сафарли, как и в иных фрагментах текста, все конкретно, все предельно определено, иные, кроме авторской, возможности интерпретации фактуальной информации даже не предусматриваются. Одной из причин этого является, на наш взгляд, тот факт, что языковое сознание билингва ограничивает использование в тексте множественных средств реализации категории модальности.

Модальность как функциональная категория, выражающая виды отношения высказывания к действительности, дифференцируется на два основных типа: объективную и субъективную. Объективная модальность, выражающая отношение сообщаемого к действительности в плане реальности – ирреальности (неосуществленности), оформляется в речи посредством глагольной категории наклонения: «На синтаксическом уровне объективная модальность представлена противопоставлением форм синтаксического изъявительного наклонения формам синтаксических ирреальных наклонений (сослагательного, условного, желательного, побудительного, долженствовательного)» [Лингвистический энциклопедический словарь]. Субъективная модальность (отношение говорящего к сообщаемому) реализуется посредством вводных слов, модальных частиц (*вроде, якобы, разве что, чего доброго* и др.), междометий, интонационных средств, порядка слов, специализированных структурных схем предложения [Там же]. Таким образом, категория модальности служит не только для репрезентации временной определенности (есть, было, будет), но и для установления диалогических отношений с партнером по коммуникации, так свойственных русскому национальному сознанию и самосознанию: «Русское экзистенциальное самосознание характеризуется неотделимостью личностного Я от мировосприятия в целом, а бытийные представления оказываются спаянными с духовным осмыслением назначения человека, не утратившего чувства причастности к несоизмеримо большому Целому. Возможно, этим объясняется и направленность русской языковой личности не столько на передачу информации или волеизъявления, сколько на установление и поддержание искомого уровня диалогических отношений, стремящихся в пределе к созданию общего мира с собеседником» [Владимирова 2009:24].

Именно этим стремлением к «созданию общего мира с собеседником» и объясняется, на наш взгляд, предельная концентрация модальных средств в некоторых произведениях русских писателей, ср., с одной стороны, синкретизм модально-безличных средств у Лескова (модальные средства – выделены):

«- А скажите, пожалуйста, кроме этого московского священника за самоубийц РАЗВЕ никто не молится?

- А не знаю, ПРАВО, как вам на это что доложить? Не следует, говорят, БУДТО БЫ за них бога просить, потому что

они самоуправцы, А ВПРОЧЕМ, МОЖЕТ БЫТЬ, иные, сего не понимая, и о них молятся. На троицу не то что на духов день, ОДНАКО, КАЖЕТСЯ даже всем позволено за них молиться. Тогда и молитвы такие особенные читаются. Чудесные молитвы, чувствительные; КАЖЕТСЯ всегда БЫ их слушал.

- А их нельзя РАЗВЕ читать в другие дни?

- Не знаю-с. Об этом надо спросить у кого-нибудь из начитанных: те, ДУМАЕТСЯ, должны БЫ знать; да как мне это ни к чему, так и не доводилось об этом говорить» (Н.Лесков «Очарованный странник»).

С другой стороны, языковые средства, используемые Э. Сафарли, направлены не столько на установление диалогических отношений с миром и читателем, сколько на передачу камерной информации (О двоих и ДЛЯ двоих) в трех временных планах, даже если речь идет о диалоге с Богом:

«... Есть места, где ты близок к Богу. Слышишь его могучее дыхание, чувствуешь на себе требовательно-гуманный взгляд, на мгновение слепнешь от сверкания изумрудных крылышек золотоволосых ангелочков. От них пахнет ванилью, как от любимой бабушки, гордо вытаскивающей из духовки маковые булочки с изюмом... Каждый понедельник стараюсь посещать вершину холма Чамлыджа. Далековато от дома. Оно того стоит. Только там – на самой высокой точке Стамбула – удастся почувствовать присутствие Бога. Нас разделяет лишь бело-голубая небесная прослойка. Но она – мягкая. Пушистая, легкая – не преграда. Бог протягивает мяскую ладонь, кладет мне на плечо и... молчит. Молчит, безмолвно выкатывая наружу десятки клубков мыслей. Мыслей, среди которых нахожу ответы на многие вопросы».

В целом модальная доминанта повествования Э. Сафарли – это объективная реальная модальность (настоящее, прошлое и будущее). Из ирреальных синтаксических наклонений преобладают наклонения желательное и долженствования. Ирреальное сослагательное наклонение (глагольные формы с частицей *бы*) в тексте повести, по сути, отсутствует. Крайне ограничено использование средств субъективной модальности (почти нет вводных слов, кроме *может быть*, мало и иных средств выражения отношения говорящего к сообщаемому). Информация чаще всего подается в виде категоричного утверждения, как нечто абсолютное, безусловное, не допускающее иной точки зрения): *«Не верю в*

проблему отцов и детей. Слово «проблема» звучит напыщенно. Обычное недопонимание двух сторон. Легко решаемо. Отец должен вовремя суметь отпустить, ребенок – вовремя уйти. Уйти, не сжигая мосты».

И все же, несмотря на сказанное выше, несправедливо было бы не упомянуть о следующем. Автор «Сладкой соли Босфора» допускает ирреальность бытия, но репрезентирует эти допущения лишь на внешнем, поверхностно-информативном уровне текста, не используя возможностей русского языка. К таким допущениям относятся: а) встреча с женщиной в красных туфлях, которая давно умерла, но периодически появляется на улицах Стамбула и предсказывает избранным счастье; б) развернутые метафоры-олицетворения (Стамбул, Босфор, ветры, луна и др. как живые существа); в) очеловечивание животных (ночной разговор с кошкой Мясам); г) упоминания Аллаха и его влияния на человеческую жизнь, иногда на турецком или арабском языках («Будет не угодно Аллаху», «Во имя Аллаха», «Даст Бог», «Да хранит Бог»). Однако следует заметить, что упоминания о Боге часто кажутся лишь данью восточной традиции и вызваны необходимостью создания национального колорита. Глубинной веры в тексте Э. Сафарли не ощущается, ср.: *«В истории жизни данных персонажей непременно отыщут какую-либо трагедию. Спишут на наказание Божье. Хотя случившееся – рядовое стечение обстоятельств»*; д) декларации веры в чудеса, в магию.

Думается, что текст «Сладкой соли Босфора» является доказательством того, что языковое сознание билингва в рамках художественно-публицистического стиля отличается от языкового сознания монолингва. Билингв чувствует поверхностные структуры языка, направленные на передачу логической и эмоциональной информации, но внутренние, глубинные языковые и текстовые закономерности доступны ему далеко не в полной мере. Причинами этого, на наш взгляд, являются: становление личности в полиязыковой среде, где русский (не основной для Баку) язык является прежде всего средством передачи информации, но слабо репрезентирует ментальные категории; разница между культурами и менталитетами; уровень преподавания русского языка и литературы в школе. Причиной этого могут стать и литературные предпочтения автора – это произведения зарубежных писателей: Пруста, Вирджинии Вульф, Кортасара, Золя, Цвейга, Джоан Харрис,

Памука. Однако прочитанные в переводе на русский язык тексты не могут в полной мере сформировать языковое чутье, а ощутимого влияния русских писателей в текстовой ткани повести Э. Сафарли не прослеживается.

Мы кратко коснулись лишь трех языковых категорий (безличности, определенности/неопределенности и модальности), однако репертуар факторов текстообразования, влияющих на становление языкового и текстового сознания, значительно шире. И кажется, автор почувствовал это сам. Приведем наиболее яркий, на наш взгляд, пример нарушения Э. Сафарли коммуникативного табу, которого придерживается большинство носителей русского языкового сознания.

«Сладкая соль Босфора» заканчивается весьма жизнеутверждающе – герой (автор) добился всего, чего хотел, и поверил в силу человеческих возможностей:

**В Стамбуле перевернул страницу, поменяв образ жизни. Завел собаку, отыскал половинку. Почти оплатил кредит за квартиру, полную солнечного света.*

**В Стамбуле научился жить так, как хотел. Вне преград, осуждений, опасений допустить ошибку. Совершаю шаги, не взвешивая сутками напролет «за» и «против». Экспромт приносит удачу, если он осозанный. Перед прыжком долго не думаю. Доверяюсь внутреннему порыву. Пока не подводил.*

**...До переезда в город сомневался в силе возможностей. Услышал бы историю о себе сегодняшнем – принял бы за небылицу. Направить русло жизни в желаемом направлении?! Сказки, подобное нереально.*

**Зейнеп говорит, что я счастлив. И т.п.*

Литературная судьба «Сладкой соли Босфора» оказалась счастливой - после первой книги Э. Сафарли получил известность, его издают и переиздают. Однако совсем не так, как было задумано, сложилась судьба героя (автора) книги. Живет он снова в Азербайджане, а не в Стамбуле и вот что пишет в послесловии к книге «Мне тебя обещали»: «Свою первую книгу, «Сладкая соль Босфора», я написал на основе реальных событий. Просто взял и переложил на бумагу свою историю любви с девушкой, на которой мечтал жениться и с которой хотел иметь детей. Описал наши отношения, вплоть до мелочей – даже о нашей собаке рассказал. Но как только вышла книга, как только она стала бестселлером и

как только посыпались восторженные отзывы, все разрушилось. Мы расстались. Спустя полгода умерла наша собака, а в квартире, где мы жили, произошел пожар. Я СОВЕРШИЛ ОШИБКУ, ВЫСТАВИВ НАПОКАЗ ТО, ЧТО ДОЛЖНО ПРИНАДЛЕЖАТЬ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДВОИМ. ИЛИ, БЫТЬ МОЖЕТ, МНЕ СЛЕДОВАЛО ЗАПЛАТИТЬ СВОЮ ЦЕНУ ЗА УСПЕХ? НЕ ЗНАЮ».

В русской коммуникативной традиции нельзя напоказ выставлять свое счастье - если уж говоришь об успехе, нужно трижды постучать по дереву. Чтобы не сглазить. А о том, что «свобода порывов» для человека ограничена, Эльчину Сафарли должны были сказать русский язык и русский текст. Они и говорили: «Беспощаден КТО-ТО к человеку» (И. Бунин); «Если Бог даст»; «Человек предполагает, а Бог располагает». И многое другое. Да только вот билингвальное языковое сознание Эльчина Сафарли этого не услышало.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие// Новое в лингвистике. – М.: Высшая школа, 1972. – С. 25-60.

2. Владимирова Т.Е. Межкультурная коммуникация и проблемы развития экзистенциальной лингвистики //Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2009. – С. 19 – 25.

3. Майданова Л.М. Практикум по современному русскому литературному языку. – Ек-г: Изд-во УрГУ, 1993. – 384с.

4. Успенский Б.А. Семиотика искусства. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. – 360с.

5. Фомина Ю.С. Роль коммуникативно-деятельностных потребностей в формировании языкового и неязыкового сознания личности //Уральский филологический вестник. Сер. Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. Вып. 21. – Ек-г: Изд-во УрГПУ, 2012. – С.114-118.

4. ШИРОКИЙ ДИСКУРСИВНЫЙ КОНТЕКСТ

ЯПОНИЯ В ОПРЕДЕЛЕНИЯХ-РЕПЛИКАХ: ДИСКУРСИВНЫЙ КОНТЕКСТ КАК ФАКТОР ТЕКСТООБРАЗОВАНИЯ

...Я в долгу
перед вишнями Японии,
перед всем,
о чем не успел написать.
(В. Маяковский)

Не нами сказано: «От мысли к слову». Не нами сказано и иное: «Мысль изреченная есть ложь». Едва ли слово «ложь» в этом ярком поэтическом образе соответствует истине, но путь от мысли к слову, как и путь от замысла к тексту, тернист. На этом пути словесная формулировка мысли может неоднократно меняться, а замысел – облекаться в разные формы его текстовой репрезентации. Происходит это под влиянием целого корпуса факторов текстообразования, детерминирующих условия выбора того или иного речевого (текстового) средства выражения мысли.

Н.А. Купина считает, что основная функция факторов текстообразования – это «превращение разрозненных языковых средств в связное целое; они цементируют текст, скрепляют его. Textoобразующие факторы цементируют отбор и комбинацию языковых средств текста» [Купина 1980: 39]. Вслед за В.А. Кухаренко Н.А. Купина подразделяет факторы текстообразования на «объективные – действующие при образовании любого текста, и субъективные – действующие при образовании отдельных художественных текстов», относя к объективным (внелингвистическим, внешним) факторам «языковую норму; функциональный стиль; ситуацию (фрагмент действительности, который отражен в тексте) и связанный с ней смысл; тип изложения (повествование, рассуждение, описание); жанр художественного произведения», а к субъективным – «характер ситуации (реальная, условная), личность автора, его мировоззрение, характер персонажей, идейно-эстетическую направленность произведения» [Там же].

С развитием дискурсивных исследований система факторов текстообразования трактуется значительно шире – в нее стали

включать очень большой круг дискурсивно-прагматических условий, оказывающих влияние на устную и письменную коммуникацию: «Значительное воздействие на коммуникативный процесс оказывают социокультурные условия общения, которые можно представить как совокупность социальных, идеологических, правовых, экономических особенностей жизни данного этноса или социума» [Виноградов 1996:146]. Собственно говоря, дискурс в настоящее время рассматривается именно как фактор текстообразования, то есть феномен, детерминирующий специфику речевых репрезентаций в той или иной области, ср., например, формулировки в заглавиях научных работ: ... *в Интернет-дискурсе, в газетно-журнальном дискурсе, в рекламном дискурсе, в радио- и теледискурсе* и др.

Учитывая сказанное, под ДИСКУРСИВНЫМ КОНТЕКСТОМ мы понимаем еще более широкое явление - ЭПОХУ рече/текстопорождения с ее СОЦИОКУЛЬТУРНЫМИ УСЛОВИЯМИ ОБЩЕНИЯ. Сдвиг, колебание любого из этих условий оказывает непосредственное или опосредованное, эксплицитное или имплицитное (но все же осязаемое) влияние на продуцируемую речь/текст. Адресанты же осознанно или неосознанно приспосабливаются к этим колебаниям и отвечают ТЕКСТОМ-РЕПЛИКОЙ (высказыванием) прежде всего на ЗАПРОС ЭПОХИ, под влиянием которого формируется в конечном счете и ее речевая ситуация.

Цель данной статьи связана с попыткой ее автора выявить зависимость определений понятия «Япония» от двух факторов текстообразования. Первый – это дискурсивный контекст эпохи, в которую был создан тот или иной текст. Второй – это само публицистическое произведение, в единстве его формы, содержания и прагматической рамки текстопорождения. Сказанное имеет следствием мысль о том, что определения в публицистическом тексте нужно рассматривать как органичную часть его целостной организации, детерминированную индивидуальным авторским замыслом, который, в свою очередь, во многом обусловлен именно дискурсивным контекстом.

О Японии в рамках публицистики писали многие русские, советские и постсоветские авторы. Прекрасный обзор публикаций русских авторов о Японии дан в диссертации Л.В. Жилиной «Формирование общественного мнения россиян о Японии и япон-

цах в конце XX - начале XXI вв. – по материалам журнальной публицистики» [Жилина:<http://>].

Материалом для данной статьи послужили публикации о Японии, созданные русскоязычными авторами во второй половине XX века (50-е – конец 80-х гг.). Выбор хронологических рамок обусловлен тем, что в связи с внешнеполитическими факторами информация о Японии была мало доступна советскому читателю, и в послесталинский период эту страну нужно было «открывать заново»: «Колоссальный ущерб востоковедческой науке, равно как и выработке объективного или хотя бы многостороннего взгляда на Японию в публицистике, нанесли репрессии сталинского периода. Япония рассматривалась, прежде всего, как союзник США. Вместе с тем после восстановления советско-японских дипломатических отношений в 1956 году существенно расширились источники информации о Японии, которые позволили советским людям получить более объективные сведения. В некоторых журнальных очерках их авторы освещали различные аспекты жизни японского народа, пытались передать свои непосредственные наблюдения, свое восприятие происходившего в Японии синтеза традиционной японской и западной культур» [Там же].

Конкретизируя материал, отметим, что мы использовали публикации, максимально близкие по факторам текстообразования: это публицистические тексты, посвященные Японии и написанные носителями русского языка, их авторы – известные журналисты и писатели, гендерный фактор авторов идентичен (все тексты созданы мужчинами). Основное внешнее различия между текстами – социокультурные условия эпохи, в которую произведения были написаны. К этим текстам относятся:

И. Эренбург «Японские заметки» (1957 г., послесталинская эпоха «холодной войны»);

В. Овчинников «Ветка сакуры» (1971 г., отголоски хрущевской «оттепели», начало периода «застоя»);

Д. Гранин «Сад камней» (1972 г., тот же период);

В. Цветов «Пятнадцатый камень сада Реандзи» (1986 г., начало перестройки, однако книга складывалась еще в эпоху застоя, во время работы автора корреспондентом в Японии);

Ю. Тавровский «Двухэтажная Япония» (1989 г., вторая половина перестроечного периода, ослабление цензуры СМИ).

Все эти произведения имеют единую точку отсчета – ЗАМЫСЕЛ их авторов, состоящий в том, чтобы воплотить собственный взгляд на Японию, сделать его достоянием читателя. Каков же путь авторов от мысли к слову? Как МЫ пишем О НИХ (в нашем случае – о Японии) в нетождественных для публицистического дискурса контекстах эпохи?

Для анализа нами были использованы высказывания трех типов: «Япония – это...»; «Япония (какая? какова?)», то есть определения-дефиниции и атрибутивные конструкции, содержащие в первой части указание на то, ЧТО определяется, а во второй части – на то, ПОСРЕДСТВОМ ЧЕГО это понятие определяется. Третий тип высказываний – это определения-сопоставления: «Япония подобна (чему?)». Выбор подобных высказываний позволяет, на наш взгляд, проследить специфику определений Японии в зависимости от эпохи, в которую был создан текст, и от авторского замысла, напрямую связанного с творческой индивидуальностью пишущего.

Традиционно выделяют два основных типа определений – логические и риторические (метафорические). Логические определения – это дефиниции, отражающие существенные признаки предмета или явления, то есть репрезентирующие фактуальную информацию. Они содержат родовые понятия, к которым относятся определяемое явление, и те признаки, которые выделяют данный предмет из ряда подобных.

С опорой на концепцию разграничения фона и фигуры, выдвинутую Л. Талми, мы будем считать наиболее нейтральным фоном для последующих определений Японии в публицистике второй половины XX века логическое определение этой страны, данное в БСЭ (второе издание). В первой половине 1950-х гг., в условиях ограниченного доступа к информации о Японии, оно было основным для массового читателя:

Япония (Нихон или Ниппон) – государство, расположенное на островах Тихого океана, у вост. побережья Азии.

Это логическое определение дополняется в БСЭ рядом других дефиниций, репрезентирующих разные стороны бытия Японии:

****Япония – страна преимущественно средневысотных лесистых гор, местами с более высокими конусами вулканов.***

****Япония – одна из наиболее сейсмичных областей Земли.***

***Япония относится к числу стран с высокой плотностью населения.**

***Япония – буржуазно-помещичье государство, по форме правления - наследственная конституционная монархия.** И т.д.

Хотелось бы подчеркнуть важную для данной работы мысль: строгое разграничение логических и метафорических определений в рамках законченного публицистического текста представляется нам малоперспективным. С нашей точки зрения, можно говорить лишь о преобладании в публицистическом определении фактуальной или образной информации или об их сочтении. Для метафорического определения важно прежде всего присутствие в нем авторского начала. Поэтому под МЕТАФОРИЧЕСКИМ ОПРЕДЕЛЕНИЕМ мы понимаем прежде всего ОПРЕДЕЛЕНИЕ-СУЖДЕНИЕ, в котором эксплицирована авторская позиция. Малоперспективным представляется нам и изолированный анализ метафорических определений. Корпус определений необходимо, на наш взгляд, рассматривать целостно, так как он подчинен закону комбинаторики текстовых единиц в соответствии с факторами текстообразования, детерминирующими отбор речевых средств.

В связи со сказанным выше следует упомянуть о том, что, кроме логического определения, данного в БСЭ, и нескольких подобных академических определений, к началу 50-х г. XX века были известны и иные определения Японии. Их можно с известной долей условности свести к нескольким основным видам, обусловленным разными дискурсивными контекстами:

***Япония – страна восходящего солнца** (определение – историческая аллюзия, известное в том числе по трудам русских путешественников – капитана В. Головина, побывавшего в японском плену, И. Гончарова «Фрегат Паллада» и др.).

***Япония – милитаристская страна** (определение детерминировано хронологически близкой межгосударственной ситуацией - взаимоотношениями СССР и Японии в предвоенные, военные и послевоенные годы).

***Япония – наш основной конкурент на Дальнем Востоке** (определение детерминировано исторической ситуацией - памятью о русско-японской войне, например, о Порт-Артуре, разгроме русского флота под Цусимой, о крейсере «Варяг» и т.д.).

****Япония – страна последствий атомных взрывов, Хиросимы и Нагасаки*** (определение детерминировано хронологически близкой внешнеполитической ситуацией).

****Япония – страна самураев, микадо, гейш, кимоно, чайной церемонии, хризантем и иных экзотических проявлений*** (определение восходит к стереотипам восприятия, детерминированным традиционной символикой Японии, ее искусством, дошедшим до России и Европы).

Без сомнения, эти определения, взгляды на Японию были хорошо известны советским писателям и публицистам – людям образованным, эрудированным, прекрасно умеющим переводить «мысль в слово». И тем не менее определения Японии в их книгах оказались далеко не тождественными, так как текстопорождение шло в разных для публицистического дискурса контекстах, во многом определяемых временем публикаций, идеологической обстановкой в СССР, цензурным прессингом, замыслом авторов и одной из их интенций – желанием «отстроиться от предшественников», показать Японию со своей, индивидуальной точки зрения. Нами выделено несколько типов контекстов, детерминирующих содержание и форму определений Японии. Это определения И. Эренбурга в контексте полемики с Европой и США, определения В. Овчинникова в неполемическом контексте, определения Д. Гранина – в контексте советской дискуссии «физиков» и «лириков» (60-е г. XX века), определения В. Цветова в контексте двойной (внешней и внутренней) полемики (развенчание мифов о Японии) и, наконец, индивидуально-авторские определения Ю. Тавровского в контексте скрытой полемики с предшественниками-публицистами.

Обратимся ко всем пяти вариантам, заметив предварительно следующее. Во многих случаях мы сознательно опускаем направленность определения (антропоцентричность, природоцентричность и др.), так как нас интересует ответ на иные вопросы: как на определения Японии влияла эпоха текстопорождения? полемичны или неполемичны эти определения? каковы аспекты полемики? чем обусловлен дифференцированный перевод мысли в слово при общности стилистических параметров, близости жанровых характеристик текста, почти полной идентичности прагматической рамки (субъектной организации текста, в частности факторов автора и адресата), а также идентичности отправной точки автор-

ского замысла – желания рассказать о Японии массовому советскому читателю? Иными словами, нас интересует не только ответ на вопрос: ЧТО (какая форма высказывания, то есть определения Японии) имела место быть в публицистике второй половины XX века? но прежде всего ответ на вопрос: ПОЧЕМУ имели место быть эти дифференцированные формы определений?

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И. ЭРЕНБУРГА В КОНТЕКСТЕ ПОЛЕМИКИ С ЗАПАДОМ

И. Эренбург явился, по сути, первооткрывателем Японии для массового советского читателя. Однако замысел его «Японских заметок», написанных в 1957 году, уже конкретизирован относительно общей для всех указанных выше авторов точки отсчета. «Японские заметки» насквозь полемичны, и полемичны они именно потому, что написаны в условиях противостояния двух систем, в условиях «холодной войны». Автор полемизирует с:

а) представлениями о Японии, отраженными в европейской литературе:

В двадцатом веке Япония не раз привлекала к себе внимание Запада. Ее описывали многие крупные писатели – Бернард Шоу, Клодель, Дюамель, многие другие.... Вспоминая все, что мне приходилось читать о Японии, я вижу, насколько многие описания этой страны были условными, а суждения о ней парадоксальными и вряд ли справедливыми. Японцам не повезло... их изображали только одной краской – или розовой, или черной... Символом розовой Японии была куколка с черными гладкими волосами... Были и такие западные авторы, которых Япония возмущала... В книгах этих авторов Япония была страной самураев, жаждущих рубить и крушить, страной харакири и пыток, коварства и жестокости, беспрекословного повиновения и дьявольской хитрости;

б) с представлениями о Японии современного И. Эренбургу западного буржуа:

Для миллионов западных буржуа Япония была игрушечным миром с гейшами и с бумажными фонариками, с цаплями и драконами, с ирисами и с веерами, с хризантемами и с церемониями... Падкость западного буржуа на экзотику объяснялась скукой его жизни, бухгалтерией чувств, механикой развлечений. Он влюблялся в мнимую Индию йогов и баядерок, в вымышленный

Китай премудрых мандаринов, в воображаемую Японию, улыбочную и розовую;

в) с фактами американского влияния на Японию:

В одном американском журнале я недавно прочитал следующие строки: «Япония в газетном понятии – Дальний Восток, однако за последнее десятилетие в роковом споре между Востоком и Западом она примкнула к последнему. Я имею в виду не только политику, даже меньше всего политику, а культурные устремления среднего японца. Мы можем теперь назвать Японию Дальним Западом....»

Полемический контекст «Японских заметок» определяет, в свою очередь, и полемическую направленность определений. С одной стороны, в тексте есть собственно полемические определения, функция которых – неприятие (отрицание) Америки, ее действий и американского образа жизни:

Эта страна не Дальний Восток и, уж конечно, не Дальний Запад.

Япония не Америка, азиатам свойственны душевное углубление, созерцание, стремление постичь смысл жизни.

Япония теперь не просто одна из стран – она истец. Пока люди не покончат с атомным оружием, не будет ни у кого спокойной совести (определение-намек на взрывы американских бомб в Хиросиме и Нагасаки).

С другой стороны, полемичность определений И. Эренбурга состоит, на наш взгляд, и в том, что автор пытается с их помощью «снять» чужие представления о Японии, элиминировать западную, часто однозначную, лобовую точку зрения на эту страну. Сам И. Эренбург пишет по этому поводу: *«Не настало ли время отказаться от чересчур легких определений, которые только усиливают непонимание и порождают горечь разубверений?»*. Поэтому определения И. Эренбурга даже в рамках небольшого текста способствуют акцентированию внимания читателя на сложности, неоднозначности Японии:

****Япония – сложнейший мир, ее культура – чудесный сплав национального гения и вкладов иных культур*** (антропоцентрическое, культурологическое определение).

****История Японии похожа на реку: то ее загораживают иллюзы, то она стремительно несется, становится горным водопадом*** (природоцентрическое определение).

**Это страна и очень старая, и очень молодая* (антропоцентрическое и одновременно природоцентрическое определение).

**Япония от себя не отречется* (антропоцентрическое определение, репрезентированное эллиптической конструкцией; полный вариант высказывания: «Япония – это страна, которая от себя не отречется»).

Интересно аллюзийное метафорическое определение Японии-корабля, заканчивающее заметки и восходящее к известному устойчивому обороту: «Попутного ветра!»:

**Кораблем останется в моей памяти Япония. Пусть ветер будет ему попутным!*

Таким образом, полемичность замысла (и всего текста «Японских заметок») детерминирует наличие двух типов полемических определений – антизападных в целом и антиамериканских, в частности. Япония у И. Эренбурга – не «розовая» и не «черная», она не Америка и не «Дальний Запад», а страна сложная противоречивая, «старая и молодая», а главное – движущаяся в своем направлении.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ В. ОВЧИННИКОВА В НЕПОЛЕМИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

Книга В. Овчинникова «Ветка сакуры» вышла в 1971 году в издательстве «Молодая гвардия», однако складывалась она во время корреспондентской работы автора в Японии – во вторую половину 60-х годов, время, когда в СССР еще ощущались последствия хрущевской «оттепели», а период «застоя» только начинался. Мы считаем, что именно время относительной идеологической свободы определило и конкретизировало замысел автора – показать читателю Японию не в контексте идеологического противостояния (уступкой идеологическому диктату является, на наш взгляд, лишь конец книги, и в первую очередь – небольшая глава «Скользкий откос», посвященная внешней политике Японии), но как иную, по сравнению с СССР, страну, сложную, во многом непонятную и парадоксальную:

...Люди здесь не только иначе говорят: они по-иному чувствуют, у них свой подход к жизни, иные формы выражения забот и радостей.

Неполемичность «Ветки сакуры» подчеркивается и композиционным приемом: после каждой главы приводятся высказыва-

ния о Японии, сделанные разными (российскими, советскими и зарубежными) авторами в разное время и поддерживающие мысли В. Овчинникова. Это в том числе и высказывания американских авторов: Рафаэла Штейнберга («Почему трудно писать о Японии»), Джона Рандольфа («Афоризмы о Японии»), Фрэнка Гибнея («Япония: хрупкая сверхдержава») и других. В подборке этих высказываний чувствуется желание В. Овчинникова «встроить» свои наблюдения и выводы в общемировой фонд знаний и суждений о Японии, внести в него свой вклад, одновременно не вступая в конфронтацию с предшественниками. По этому поводу в книге есть много авторских замечаний, например:

Сопоставление поразительной восприимчивости к новому с самобытностью вековых традиций СЛУЖИТ ЛЕЙТМОТИВОМ ВСЕГО, ЧТО ПИШЕТСЯ О ЯПОНИИ ВОТ УЖЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ЦЕЛОГО СТОЛЕТИЯ.

Замысел автора показать читателю разностороннюю и в чем-то парадоксальную Японию детерминирует и разнообразие определений этой страны. С известной долей условности можно выделить их типы.

*Историкоцентрические, лингвистические, символические и поэтические определения:

«ПУТЬ ГОР» - таково одно из толкований древнего имени этой страны - ЯМАТО... Имя Ямато напоминает, что сотворение Японии еще не завершено. Капли, упавшие с божественного копыа, еще не остыли окончательно.

СТРАНА ОГНЕДЫШАЩИХ ГОР больше известна как *СТРАНА ВОСХОДЯЩЕГО СОЛНЦА*. И второе образное название Японии поэтизирует уже не время, а место ее рождения.

*Социокультурные определения:

ЯПОНИЯ – СТРАНА АССОЦИАЦИЙ, члены которых не только соперничают, но и сотрудничают, сочетают конкуренцию между собой с взаимной информацией.

*Техногенные определения:

ЯПОНИЯ – ЦАРСТВО ТРАНЗИСТОРОВ.

...ЯПОНИЯ СТАЛА ПЕРВЫМ КОРАБЛЕСТРОИТЕЛЕМ МИРА.

Некоторые исследователи уподобляют Страну восходящего солнца гигантской компании – АКЦИОНЕРНОМУ ОБЩЕСТВУ «ЯПОНИЯ ИНКОРПОРЕЙТЕД».

*Определения-сопоставления (прямые и отрицательные):

*Среди развитых капиталистических стран **ЯПОНИЯ** **ВЕСЬМА СХОЖА С АНГЛИЕЙ** четкостью общественной иерархии. В обеих островных странах любой контакт между людьми тут же указывает на социальную дистанцию между ними.*

*Япония сейчас **НЕ ТА, ЧТО ВО ВРЕМЕНА ХУДОЖНИКА ХИРОСИГЭ**. Япония меняется по-своему, по японски: меняется ради того, чтобы в условиях современности оставаться сама собой.*

*Определения, подчеркивающие парадоксальность, двойственность, изменчивость Японии:

*... «**ЯПОНСКАЯ ЯПОНИЯ**», почти не подверженная переменам, присутствует везде и во всем. Это как бы **ОБОРОТНАЯ СТОРОНА МЕДАЛИ**.*

*Вопреки первому впечатлению, что **В ОБЛИКЕ ЯПОНИИ СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ПОЛНОСТЬЮ ЗАСЛОНИЛ ВЧЕРАШНИЙ**, незримое присутствие прошлого сказывается доныне. словно камень, лежащий на дне потока, оно не выпирает на поверхность, но дает о себе знать завихрениями и водоворотами.*

*Япония порой бывает **СТРАНОЙ ВНЕЗАПНЫХ ПЕРЕМЕН, КРУТЫХ ПОВОРОТОВ**, совершаемых после продолжительного промедления.*

***УЛЬТРСОВРЕМЕННАЯ ЯПОНИЯ** кончается не так уж далеко от вершины – пожалуй, там же, где проходит по Фудзи граница снегов в период цветения сакуры. А ниже, на добрые две трети пути до подножия, попадаешь как бы в иной мир, в иной век.*

*Современная Япония являет собой как бы **ДВОЯКИЙ ПРИМЕР** для человечества: и положительный, и отрицательный.*

*Широкие и узкие антропоцентрические и природоцентрические определения:

*Япония – это **СТРАНА, ГДЕ ПРИРОДА И ЧЕЛОВЕК СОСТЯЗАЮТСЯ В НЕИСТОВСТВЕ**. Здесь постоянно дает о себе знать необузданность стихийных сил. Но здесь же на каждом шагу видишь следы упорнейшего человеческого труда.*

С этим ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫМ СОСЕДОМ нам суждено всегда жить бок о бок. А кому неизвестна истина: у СОСЕДА могут быть свои взгляды, склонности, привычки. Но, чтобы ужиться с ним, надо знать его характер.

Япония – это СТРАНА ЗЕЛЕННЫХ ГОР И МОРСКИХ ЗАЛИВОВ, СТРАНА ЖИВОПИСНЕЙШИХ ПАНОРАМ... В Японии соседствуют север и юг.

Япония – СТРАНА СВОЕОБРАЗНОГО КЛИМАТА, где весна, лето, осень и зима очерчены чрезвычайно четко и сменяют друг друга на редкость пунктуально.

**Определения-аллюзии (отсылки к трудам российских и западных авторов):*

...В лице Японии они (европейцы) имеют дело со СТРАНОЮ, ПРОНИКНУТОЮ СОВЕРШЕННО СВОЕОБРАЗНЫМ, ВПОЛНЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ДУХОМ, ЗРЕЛЫМ И ГЛУБОКО РАЗРАБОТАННЫМ (Г. Востоков).

Как старое и новое сплелось в Японии – какими силами? Говорят, что СЕРДЦЕМ ЯПОНИЯ В СТАРОМ, УМОМ В НОВОМ (Б. Пильняк).

(Япония) – СТРАНА, ИЗОБИЛЮЮЩАЯ ТЕМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ПРИРОДЫ, которые стимулируют поэтическую практику и формирование чувствительной души, а именно горами, морями, а также четкой сменой четырех времен года (Бернард Рудольфски, США).

Япония – СТРАНА ГРУПП (Джордж Микеш, Англия).

Япония – СТРАНА, КОТОРАЯ ОБЛАДАЕТ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ПЕРЕДОВЫХ И ДЕЙСТВЕННЫХ ШКОЛЬНЫХ СИСТЕМ (Уильям Форбис, США).

Больше, чем какая-либо страна Востока, ЯПОНИЯ ОСТАЛАСЬ САМА СОБОЙ (Уильям Форбис, США).

ПОДЛИННАЯ ЯПОНИЯ – ЭТО БЕССЧЕТНЫЕ ЧАСЫ, а ИНОГДА И ДЕСЯТИЛЕТИЯ ТЯЖЕЛОГО ТРУДА, нужного, чтобы японский сад выглядел воплощением простоты. Это ХОЛОД, от которого зимой содрожаются обитатели картинных японских жилищ. Это ОБРЕЧЕННОСТЬ всю жизнь есть рис и соленые овощи. Это КРЕСТЬЯНЕ, которые из года в год гнут спины на полях и не могут потом распрямиться, доживая свой век сгорбленными карикатурами на человеческие су-

щества. Это СТУДЕНТЫ, стоящие в очереди, чтобы продать свою кровь и купить себе книги (Б. Мэнт, США)

Япония – ТРЕТЬЯ ВЕЛИКАЯ ДЕРЖАВА (Робер Гийен, Франция).

Япония является СТРАНОЙ СЮРПРИЗОВ. Она часто подтверждала это своей историей вплоть до самого недавнего времени (Робер Гийен, Франция).

Япония по отношению к Азии то же, что Азия по отношению к Европе (Эрнст фон Гессе-Вартег, Германия).

Япония КАК НОМЕР ОДИН. Уроки для Америки (Эзра Фогел).

Япония стала одной из ВЕДУЩИХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ДЕРЖАВ МИРА (Роберт Одзаки, Япония).

Множественность и разнообразие определений Японии в «Ветке сакуры» являются, как мы считаем, частью ответа-реплики В. Овчинникова на запрос эпохи. Сведение идеологического компонента к минимуму и его замена на объемный культурологический компонент, внутренняя неполемичность книги, ее благожелательная тональность, желание автора «встроить» свое произведение в мировой «японский тезаурус» – все это было созвучно прежде всего поколению шестидесятников, поколению «оттепели», ощущавшему необходимость замены классовой идеологии на систему общечеловеческих ценностей.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ Д. ГРАНИНА В КОНТЕКСТЕ ДИСКУССИИ «ФИЗИКОВ» И «ЛИРИКОВ»

Определения Японии даны Д. Граниным в своеобразном контексте. Замысел и форма его «Сада камней» сформировались под влиянием очень популярной в СССР в 60-е г. XX века дискуссии «физиков» и «лириков» (рационалистов и людей с чувственно-эмпирическим восприятием мира). Суть этой дискуссии сформулировал устами своего героя сам Д. Гранин, писатель и публицист, автор популярнейшей книги о физиках «Иду на грозу»:

«Он считает, что либо-либо. Либо наука, либо поэзия, Что ежели наука не знает, зачем павлину такой роскошный хвост, то рационалисты не станут любоваться этим хвостом. Что для таких, как я, главное – полезность, разумность. Рационалист для него бранное слово. Он не чувствует, что павлиний хвост для

ученого – еще большее чудо, если его нельзя объяснить законами эволюции».

В свою очередь, композиция и субъектная организация «Сада камней» подчинены попытке объяснить малознакомую советскому человеку страну с разных точек зрения. Япония дается в двух ракурсах – это взгляд журналиста Глеба Фокина и взгляд физика Николая Сомова: *«Дорогой у каждого из нас постепенно появлялась СВОЯ ЯПОНИЯ, мы с Сомовым как бы смотрели в разные стороны, мы словно двигались в разных плоскостях, и только в Киото пути наши пересеклись»*. «Лирик» Глеб Фокин видит в Японии ее внешнюю экзотическую сторону, ее искусство и литературу, поэзию, а также бытовые неурядицы и потребление, несопоставимое с потреблением в тогдашнем СССР. Кроме того, «лирик» воспринимает Японию через призму собственной жизни: детства, войны, отношений с женщиной и т.д. «Физик» Николай Сомов воспринимает Японию через призму мира и войны, противостояния СССР и Америки, мирного и разрушительного атома и своей собственной судьбы как ученого; в отличие от Фокина Сомов видит и развитие процессов глобализации. Два заданные Д. Граниным взгляда на Японию отражаются и в определениях страны.

ГЛЕБ ФОКИН (определения имеют культурологический характер или репрезентируют отголоски личных впечатлений):

**Китай назывался когда-то НЕБЕСНОЙ ИМПЕРИЕЙ. Но я понял, что это ошибка. Имелась в виду ЯПОНИЯ. Древние воздухоплаватели приняли Японию за Китай.*

**Они были старые, эти КАМНИ. Пожалуй, они и впрямь походили на ОСТРОВА, НА ту ЯПОНИЮ, которую я увидел впервые из самолета.*

**Сад это как японские трехстишия. Япония тут ни при чем. ЯПОНИЯ ВСЕГО ЛИШЬ ФОН, ЗАДНИК, ВРОДЕ ЭТОЙ ЗЕМЛЯНОЙ СТЕНЫ.*

**... Чем-то ОНА (ЮКИЯ) ПОХОЖА НА МОЮ ЯПОНИЮ, которая была и которой не было, и которая одарила меня красотой и любовью, и тем не менее...*

В уста Глеба Фокина Д. Гранин вкладывает и определения Японии, данные самими японцами:

**... ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЯПОНИЯ – широко известная, представленная напоказ, размноженная на великолепных открытках – объемных, стереоскопических, подмигивающих. Япония,*

экспонированная на международных выставках, сидящая в чайных домиках.

**Особенно отличался маленький Ямаи-сан. Он утверждал, что я попал в СТРАНУ БЕЗУМИЯ И АБСУРДА. В этой АБСУРДИИ все заняты куплей-продажей.*

**ЯПОНИЯ СОСТОИТ ИЗ лавочек, магазинчиков, киосков, ресторанчиков, рынков, автоматов, универмагов, они повсюду, им нет конца.*

**За горечью его насмешек хранилась и ДРУГАЯ ЯПОНИЯ. Она хранилась внутри этой СУМАСШЕДШЕЙ КАРУСЕЛИ, КАК СКАЗОЧНЫЙ ЛАРЕЦ ЗА СЕМЬЮ ПЕЧАТЯМИ.*

Глеб Фокин дает образные, аллюзийные, метафорические определения и конкретным реалиям Японии, например ее городам:

**Старинный Токио, которого нет и не будет. Этот ГОРОД НАПОМИНАЛ Киото, Курасики, отчасти Таллин и старый Псков, он был похож на Зурбаган, на города, где в детстве мы совершаем подвиги и любим безответно, преданно, как любят, когда еще не знают любви.*

**...ГОРОД расплзался, сливаясь в бесформенно-грязноватую массу, сходил на нет и все же тянулся бесчисленными деревянными домиками, стиснутыми до духоты. И дальше уже неразличимо колыхалось что-то едкое, нечистое, словно дыхание больного. Даже Сомов был несколько подавлен этой панорамой:*

- ПОХОЖЕ НА МУСОРНУЮ СВАЛКУ, - сказал я.

НИКОЛАЙ СОМОВ (определения имеют антивоенный, идеологизированный характер):

**Япония была для меня: ХИРОСИМА, НАГАСАКИ, АВГУСТ 1945 ГОДА и тот внезапный поворот в моей судьбе после атомного взрыва.*

В антивоенном ключе даются и чужие определения Японии, которые вспоминает Сомов:

**Мы летим в ночной мгле сквозь грозу, вперед и прямо к ИМПЕРИИ.*

**Где-то впереди за этими огромными горами белых туч лежит Япония, СТРАНА НАШЕГО ВРАГА (высказывания американского журналиста Лоуренса, получившего премию Пулитцера за серию очерков о бомбежках Японии).*

Метафорические определения японских городов есть и в речи Сомова, однако в них актуализируются либо смысл «одинаковые», «похожие», либо та же антивоенная (антимилитаристская) направленность:

**Там Черемушки, Купчино. ТОТ ЖЕ СТАНДАРТ. Мы носим наших архитекторов, они - своих. В Токио строят, как в Барнауле. И квартиры такие же.*

**Киото был ОТРАВЛЕН ГОРЕЧЬЮ НАГАСАКИ.*

Д. Гранин не только газетно-журнальный публицист, он прежде всего писатель, художник слова, поэтому в его произведении, гораздо в большей степени, чем у И. Эренбурга и В. Овчинникова, присутствуют ВЫВОДИМЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ, то есть такие, у которых форма высказывания «Япония – это...» не прямая, а имплицитная, но очень легко восстанавливаемая из контекста, ср.:

**Так вот что тебе нужно, - сказал я. – Рикши и гейши. Чтобы самураи делали перед дворцом харакири. Чтобы несли в палантине микадо. Ты ищешь мадам Баттерфляй и тому подобную ветошь.*

Выводимое определение: *Япония – старая, экзотическая страна.*

**Контрасты – это не только дворцы и трущобы, это еще пачинко и Сад камней. И там и тут была Япония. Крайние полюса ее души.*

Выводимое определение: *Япония – страна контрастов.*

**В натуре он (Токио) был скучен. Даже Нью-Йорк с крыши «Эмпайр стейт билдинг» не казался таким безнадежно серым, как Токио. Солнце уличающе высветило пепельно-серую бетонную геометрию зданий, площадей, эстакад, стадионов. Редкие сады и парки ничего не могли поделать с этой каменно-чадящей пустыней. Собственно, пустыни-то не было, что-то там внизу копошилось, сверкало, дымилось. По бетонным лентам ползли поезда, машины, и в пазах улиц шныряли машины, но все равно ощущение безжизненного механизма исходило от этого бетонного устройства. Огромный механизм работал, железо двигалось, но назначение этой огромной распластанной машины было непонятно. Она не имела определенно-го профиля, четких границ. Она поражала лишь размерами.*

Выводимое определение города: *Токио – механизм, машина.*

Итак, контекст эпохи (дискуссия «физиков» и «лириков») детерминировал у Д. Гранина двойную точку зрения на Японию, а последняя, в свою очередь, наложила отпечаток на смысловую и оценочную направленность определений Японии, на их двойственность (культурологические определения и определения с антимилитаристской направленностью).

ОПРЕДЕЛЕНИЯ В. ЦВЕТОВА В КОНТЕКСТЕ ДВОЙНОЙ ПОЛЕМИКИ («ПОДЦЕНЗУРНОЕ» РАЗВЕНЧАНИЕ МИФОВ О ЯПОНИИ)

«Пятнадцатый камень сада Реандзи», книга В. Цветова, известного советского журналиста-международника, вышла в 1986 году, в начале перестроечного периода в издательстве «Политиздат». Однако складывалась она, без сомнения, раньше – во время работы В. Цветова собственным корреспондентом в Японии, в условиях жесткой идеологической цензуры (закон о СМИ был принят лишь в 1990 году). Степень давления цензуры на публикации, посвященные зарубежью, в разные годы советской власти, была различной. Меньше, чем у В. Цветова, цензурный фон ощущается в произведениях И. Эренбурга и В. Овчинникова, однако степень подконтрольности подобных публикаций в целом была очень велика. Отступничество от идеологии марксизма-ленинизма каралось жестко, ср. фрагменты из творческой биографии талантливейшего Виктора Некрасова:

**В те же годы (во второй половине 1950-х и 1960-е) Виктор Некрасов совершает несколько поездок за рубеж. Его зарубежные очерки («Первое знакомство» (1958), «По обе стороны океана» (1962), «Месяц во Франции (1965), написанные с присутствием ему наблюдательностью и независимостью, вызвали резкую критику в печати за «нейтральность» в изображении буржуазной действительности, за отсутствие изображения социальных контрастов и т.д. «Турист с тросточкой» - так назывался фельетон М. Стуруа в газете «Известия», редактировавшейся А. Аджубеем (зять Н. Хрущева) [[http://az-libr.ru/index. shtml?Persons&D5A/5bb025a0/index](http://az-libr.ru/index Persons&D5A/5bb025a0/index)].*

**(Виктор Некрасов) в 1960-е посетил Италию, США и Францию. Свои впечатления писатель описал в очерках, за которые в разгромной статье Мэлоу Стуруа «Турист с тросточ-*

кой» был обвинен в «низкопоклонстве перед Западом» [Электронная энциклопедия «Википедия»].

Сказанное имеет следствием тот факт, что «нейтральности в изображении буржуазной действительности» В. Цветов позволить себе, видимо, не мог. Одним из условий цензуры была опора публицистики на произведения классиков марксизма-ленинизма, и, рассказывая о Японии, В. Цветов не мог это требование обойти: *«Было бы неправильно, если бы мы игнорировали те пути и способы, с помощью которых японцы достигают высоких показателей. Думается нелишне вспомнить ленинские слова: «Осуществимость социализма определится именно нашими успехами в сочетании Советской власти и советской организации управления с новейшим прогрессом капитализма».* Цензура печати в СССР определила наличие в тексте «Пятнадцатого камня...» сильного идеологического компонента, и полемический взгляд В. Цветова на Японию и японскую действительность.

С кем/чем же полемизирует В. Цветов? С мифами о Японии, создаваемыми и своими (советскими), и западными авторами (об отношении советской идеологии к «низкопоклонству перед Западом» см. выше). Приведем лишь некоторые предметы полемики в тексте В. Цветова.

*Пolemика с отражением японской действительности в советской литературе:

Маститый литератор озаглавил свой роман из японской жизни словом, которое звучит по-японски, но которого в японском языке нет и никогда не было. Однако литератор и, судя по всему, издательство, выпустившее роман, были непоколебимо уверены, что в переводе иероглифы означают: «совершенно секретно», и убеждали в этом читателя.

*Пolemика с представлениями о Японии буржуазных ученых, политиков и финансистов (обратим внимание на обличительный пафос В. Цветова при репрезентации этих представлений):

Объяснение японского рывка действием закона неравномерности экономического развития капитализма показалось слишком рискованным для буржуазных ученых. Они предпочли науке мифы и легенды и ступили на тропинку, давно протоптанную церковниками, изобретя в лице Японии новую Мессию... Такова идея огромного числа книг, что сочинены в США и Западной Европе и снабжены кружащими голову названиями: «Подымаю-

щееся японское сверхгосударство», «Японский вызов», «Япония – первая в мире».

Таким образом, общий замысел (отразить свое видение Японии) конкретизируется В. Цветовым в русле двойной полемики – со «своими» и с «чужими». Полемическая установка, в свою очередь, определяет: идею книги (развенчать систему мифов о японцах-трудоголиках, о позитивном характере японской общинности, о японской вежливости, о благосостоянии Японии и японцев и т.д.), идеологический компонент в содержании книги, ее композицию и пафос и, наконец, корпус определений Японии, используемых в тексте. Этот корпус включает:

1. Определения «буржуазных ученых», а также определения западных и восточных политиков и финансистов, с которыми «подцензурный» журналист В. Цветов либо не согласен, либо вынужден соглашаться лишь частично:

**«Пакс Американа» идет на убыль, - сказал далее финансист (Цунао Окумура) и подвел к главному, что хотел внушить, - СЕРДЦЕ ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА – ЭТО ЯПОНИЯ со столмиллионным монорасовым населением... В словах финансового воротилы заключена определенная доля истины».*

Подобные определения у В. Цветова могут быть и «выводимыми», то есть легко восстанавливаемыми из контекста, ср., например, легко выводимое метафорическое определение типа «Япония – розовая страна»:

Два американских государственных секретаря – Сайрус Вэнс в администрации Картера и Джордж Шульц в рейгановском правительстве – РОЗОВЫМ ЦВЕТОМ рисовали японского, самого преданного союзника Соединенных Штатов, но тревоги своей скрыть все же не могли.

2. Зарубежные (западные и восточные) определения Японии, с которыми В. Цветов соглашается, так как они поддерживают концепцию книги – развенчание мифов об этой стране:

**... Западногерманский журнал «Ауссенполитик» выразил тревогу по поводу того, что «с большим трудом удастся совмещать в своих представлениях ЯПОНИЮ – СТРАНУ СОЗЕРЦАТЕЛЬНОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ, ЭСТЕТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К РЕАЛЬНОСТИ, КОЛЛЕКТИВИЗМА В ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ, ТЕСНОЙ СВЯЗИ ЧЕЛОВЕКА С ПРИРОДОЙ, КРАЙ ХРАМОВ И САДОВ – с ЯПО-*

НИЕЙ, СТРАНОЙ ЖЕСТОКОЙ, БЕЗЖАЛОСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, ВНУШИТЕЛЬНОЙ ТЯЖЕЛОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА, РАСТУЩЕЙ ЧИСЛЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ РОБОТОВ, ГОРОДОВ-ГИГАНТОВ И МНОГИХ ДРУГИХ ПОСЛЕДСТВИЙ МОЩНОГО РОСТА ЭКОНОМИКИ... С необходимостью больше знать и правильное понимать Японию приходится, я думаю, согласиться и нам.

3. Собственные определения В. Цветова (в том числе «выводимые»), подчиненные «развенчанию мифов».

*Миф-1: *«О Японии рождаются легенды вредные и даже опасные, и одна из них – легенда о необыкновенном японском трудолюбии».*

Идеологизированная точка зрения В. Цветова: *Да и откуда в классовом обществе взяться любви к труду?..*

Поддерживающая точка зрения (высказывание японского менеджера Мицуюки Масацугу): *Таким образом, молодежь эксплуатируют дважды: сначала как «работающую машину», а потом как «потребляющую машину». Без той и другой капиталистическое производство существовать не может. И получается, что молодежь одновременно и «трудоголики», и «вещеголики», то есть она – механизм, одновременно выполняющий функции производства и потребления.*

«Выводимые» определения: **«Япония – это механизм, машина», «Япония – это страна не трудоголиков, а вещеголиков»** и др.

*Миф-2 – японская общинность как позитивное явление.

Точка зрения В. Цветова: *Выполнение долга признательно-сти общине, выражающееся в скрупулезном следовании правилу – интересы общины важнее личных, требует дорогой платы, поприания в себе всего личного и, бывает, человеческого.*

Определения Японии.

Прямое: **«Япония – страна, где люди живут и действуют, «как все».**

«Выводимое»: **«Япония – страна, где люди подобны забитым гвоздям».** Ср. контекст, который детерминирует подобное определение: *У японцев есть поговорка: «Забивать гвозди». По возвысившейся над группой индивидуальности могут ударить, как бьют по шляпке гвоздя, влезшего из доски. Удары тем*

сильнее и, следовательно, больнее, чем большие шляпка и заметнее гвоздь. И далеко не у всякого японца появляется желание, а главное – хватает мужества сделаться торчащим гвоздем. Если же голова индивидуальности оказывается прочней шляпки гвоздя и упрямо лезет наружу, группа впадает в растерянность, ей неуютно рядом с индивидуальностью, она старается отделиться от нее, порвать с ней.

Возможно и сходное «выводимое» определение (**Япония – шаблонизированная страна**), детерминируемое следующим контекстом: *Японец стремится встроить себя, выражаясь научно-техническим языком нынешней эпохи, в поточную линию из таких же, как он, ничем не выделяющихся людей, чтобы обрести возможность действовать согласно требованиям группы, общины. Многовековое заколачивание гвоздей получило завершение. Тотальная шаблонизация имеет, однако, в Японии примечательную оборотную сторону.*

Миф-3 – о японской вежливости. Опровергаемые точки зрения на эту черту японского национального характера даны В. Цветовым в аллюзийном, отсылочном ключе.

Отсылка к мнению американского японоведа: *«Японская вежливость имеет глубочайшие корни в истории народа. Она – неотъемлемая и прекрасная сторона японского характера», - писал признанный на рубеже прошлого и настоящего столетий японовец американец Лафкадио Херн».*

Полемическая точка зрения В. Цветова: *Так что же: вежливость – и впрямь черта японского характера? Ничего подобного.*

Поддерживающая точка зрения: *В шутку Киплинг сказал, что «болезненная вежливость японцев ведет начало от широко распространенной и приметной привычки носить мечи». Японец – сама любезность потому, подтрунивал Киплинг, что те, с кем он общался, тоже были вооружены. Суть схвачена Киплингом правильно – японская вежливость распространяется не по горизонтали, а по вертикали, причем лишь в одном направлении – снизу вверх. Те, у кого меньше мечей, денег, власти, житейского опыта, проявляют вежливость, я бы даже сказал – подобострастие, к тем, у кого мечей, денег, власти, опыта больше. И это – улица с односторонним движением.*

Прямое определение: **Япония получила наименование «котагэсэну кун» - «страны, где люди не спорят».**

Миф 4, основанный на представлениях о Японии, отраженных в советском массовом сознании: *Советское научное японоведение – самое, пожалуй, обширное и основательное. И в то же время широкая публика знает о Японии обидно мало в сравнении с той ролью, какую играет Япония в современном мире. Икебана, карате, чайная церемония, названия «Тоета» и «Сони», которые у всех на слуху, не в счет. Ведь нельзя же в конце концов слыть сведущим в русской жизни, освоив рецепт приготовления борща по-московски, правила игры в лапту и научившись расшифровывать сокращения «ЗИЛ» и «ВЭФ».*

Точка зрения В. Цветова: *Японский быт, характер японцев, их представления о жизни – это еще и Алисино Зазеркалье, где очень многое оказывается не таким, иным и даже диаметрально противоположным тому, что привыкли представлять мы.*

«Выводимые» определения: **Япония – это Зазеркалье Льюиса Кэрролла**; Япония – это страна, противоположная нашим представлениям о ней.

Миф 5 – о благосостоянии Японии и ее граждан: *«В популярном ежемесячнике «Тюо корон» я наткнулся на статью, озаглавленную без излишней скромности: «Япония – единственная в мире сверхдержава благосостояния». Чиновник государственного Управления по науке и технике Яцухиро Накагава написал: «Япония – ведущая в мире держава в смысле мер, которые она принимает для благосостояния своих граждан, и в смысле богатства и изобилия, которые ее граждане наслаждаются в повседневной жизни».*

Точка зрения В. Цветова: *Мы обязаны «повернуть японскую медаль к свету и оборотной стороной».*

Поддерживающая точка зрения (лишь одна из множества): *«Японцы живут в гнетущей, удушающей атмосфере», - сделал вывод Юдзи Аида, профессор Киотского университета, большой знаток духовного склада японцев.*

«Выводимое» определение (одно из множества возможных): **«Япония – больная страна»**, детерминированное следующим, к примеру, контекстом: *«Пассивное наблюдение над приборами, изоляция от процесса непосредственного производства способствуют потере внимания, полной или частичной дисквалификации, утрате интереса к труду. Такая атмосфера вызвала эпидемию болезни «намари», дословно – «притупление». О ней не сообщ*

щают медицинские справочники, но японцы страдают самой острой формой этого недуга. Газета «Нихон кэйдзай» привела симптомы: сначала критическое отношение ко всему, что окружает больного, затем – пессимизм, мизантропия и, наконец, - полное безразличие».

«Развенчание мифов» проводится В. Цветов и в других курсах. Так, контекст «Пятнадцатого камня...» дает основания для формулировки определений Японии как **СТРАНЫ САМОУБИЙЦ, СТРАНЫ БЕГСТВА ОТ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ, в том числе в традиционную японскую эстетику, СТРАНЫ АГРЕССИИ И НАСИЛИЯ, СТРАНЫ ОДИНОЧЕСТВА, ПЕЧАЛИ, МИЗАНТРОПИИ И БЕЗРАЗЛИЧИЯ** и т.д.

В целом атрибуция Японии в тексте В. Цветова, писавшего о ней под давлением советской идеологизированной цензуры, полемизирующей с идеологией буржуазной, можно суммировать в комплексном выводимом определении типа: *«Современная Япония во многом похожа на средневековую деревенскую общину», ср.: «В 1970 году 30,4 процента японских юношей и девушек назвали цех, контору местом, где они «чувствуют, что жизнь их проходит не напрасно». Десять лет спустя молодых людей, удовлетворенных условиями труда, основанными на принципах средневековой деревенской общины, осталось только 16,5 процента. Сколько их окажется в 1990 году? В свете подобной тенденции приобретают особую значимость итоги опроса, в ходе которого 80 процентов японских рабочих заявили, что «для улучшения жизни необходимо, помимо собственных усилий, изменить и политику».*

ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ Ю. ТАВРОВСКОГО В КОНТЕКСТЕ СКРЫТОЙ ПОЛЕМИКИ

Книга Ю. Тавровского «Двухэтажная Япония» была написана в 1989 году, в период перестроечных изменений в СССР. В предыдущем разделе мы сознательно не коснулись сложнейшего вопроса о «самоцензуре», хотя жесткая внешняя цензура не могла не повлиять и на самоцензуру В. Цветова, без сомнения, талантливого публициста. Эта самоцензура отразилась и в аспектах полемики, и в авторской убежденности, проявляющейся в пафосе «Пятнадцатого камня...», однако вопрос о самоцензурном контек-

сте требует отдельного и глубокого исследования. В связи же с книгой Ю. Тавровского следует упомянуть о том, что в 1989 году цензура СМИ в СССР была ослаблена, что повлияло и на уменьшение самоцензуры. Как следствие – путь Ю. Тавровского от мысли к слову был иным, чем у его предшественников.

Сам автор формулирует замысел книги вполне однозначно и традиционно: *«С желанием расширить представления о соседней державе, помочь почерпнуть из ее опыта самое интересное автор представляет эту книгу очерков читателю»*. Однако, как было сказано выше, Ю. Тавровский писал, с одной стороны, в условиях ослабления внешней цензуры и самоцензуры. С другой стороны, над ним тяготела необходимость «отстройки от конкурентов», и прежде всего от сильных публицистов В. Овчинникова и В. Цветова. Все это, без сомнения, повлияло на форму реализации авторского замысла, усилило ее индивидуальное начало.

На уровне определений страны сказанное реализуется двояко – автор использует два ведущих (репрезентирующих авторскую идею и выполняющих композиционную функцию) определения. Первое из них – метафорическая индивидуально-авторская прямая атрибуция (Япония – какая?) в самом названии книги - *«Двухэтажная Япония»*. Это определение Японии Ю. Тавровский объясняет сам:

Почему эта книга названа «Двухэтажная Япония»?..

Прежде всего потому, что именно таким было первое впечатление от страны, чьи города и деревни, зачастую сливаясь друг с другом, заполнены именно двухэтажными строениями...

«Двухэтажность» - это очевидный разрыв в уровне развития между Хонсю, главным из четырех самых больших Японских островов, и тремя остальными...

«Двухэтажность» - это продолжающийся отток в города жителей принесенной в жертву «экспортной стратегии» промышленной деревни...

«Двухэтажность» - это бросающаяся в глаза разница между оснащенными роботами и компьютерами крупными предприятиями и работающими на них средними и мелкими заводами... Это – разница в положении охваченной профсоюзным движением рабочей верхушки, составляющей чуть больше четверти трудящихся, и остальной массой...

«Двухэтажность» - это, наконец, то ненормальное положение, при котором японские капиталы текут на стимулирова-

ние американской экономики, хотя сама Япония страдает от недостатка средств...

Из приведенных интерпретаций заглавия книги очерков ясно видно, что данное индивидуально-авторское метафорическое определение Японии носит оппозитивный характер: остров Хонсю – и остальные острова; деревня – и город; крупные предприятия – и мелкие заводы; рабочая верхушка – и остальная масса; японские капиталы – и стимулирование американской экономики. Ю. Тавровский вкладывает в определение *двухэтажная Япония* не столько чувства и эмоции, сколько мысли о современном состоянии Японии, концентрируя их в достаточно емком образе, репрезентирующем иную, чем у предшественников-публицистов, точку зрения на страну.

Второй тип индивидуально-авторского определения Японии можно назвать КВАЗИОПРЕДЕЛЕНИЕМ – атрибуция Японии дается автором не прямо, а через важнейшую реалию древней и современной Японии – гору Фудзияму (Фудзи-сан или просто Фудзи). На наш взгляд, имплицитная полемичность связана и с самим использованием этого приема (предшественники-публицисты к нему не обращались). Вся первая глава, включающая 7 очерков, подчинена образу Фудзи – символу Японии, ср., скрытую полемику с В. Овчинниковым и В. Цветовым в приведенном высказывании: *«Фудзияма прочно удерживает первое место среди символов Страны восходящего солнца, опережая сакуру, роботов, компьютеры и автомобили»*. Ю. Тавровский делает акцент на том, что и сами японцы аналогично воспринимают Фудзи: *«У японских военных священная гора Фудзи в большом почете. Отлично понимая ее значение как символа Страны восходящего солнца, они очень часто изображают себя защитниками Фудзи-сан, а следовательно, и всей Японии»*. Понимать Японию – значит понимать Фудзи: *«Без Фудзи-сан не поймешь Японию, не узнав Японию, не оценишь Фудзи-сан, то приветливо сверкающую своей седой вершиной, то сурово укутанную в седую мантию тумана»*. Любить Японию – это значит любить Фудзи: *«Ну, а чтобы боготворить Фудзи-сан, слагать о ней стихи и легенды, изображать ее на бесчисленных гравюрах-«уикезэ» и современных картинах, посвящать ей песни, книги, фотоальбомы и многочисленные кинофильмы? Для этого нужно совсем немного, ЛЮБИТЬ СВОЮ ЗЕМЛЮ, КАЖДУЮ ЕЕ ГОРУ, РЕКУ, ОЗЕРО, ВУЛКАН, УМЕТЬ ВОСХИЩАТЬСЯ ТОЙ КРАСОТОЙ, КОТОРАЯ РЯДОМ С ТОБОЙ...»*.

С опорой на образ Фудзиямы строится и композиция главы, которая состоит из отдельных очерков. Центральная фигура главы – это сам автор-повествователь, который совершает восхождение на гору и в связи с ней описывает важнейшие негативные процессы в современной Японии. К таким процессам относятся: «Наступление «стальных воротничков» (рассказ о заводе, производящем современнейшую робототехнику), «Ад у подножья Фудзиямы» (рассказ о военизированной школе для управленцев), «Лес смерти» (рассказ об эпидемии самоубийств), а также рассказы о вымирании деревень, японских и американских военных базах вокруг горы, последствиях атомных взрывов, в том числе американских испытаний водородной бомбы на атолле Бикини.

И все же Фудзи-Япония для Ю. Тавровского прекрасна, о чем свидетельствует пафос, оценочность его квазиопределений, будь они антропоцентрическими или природоцентрическими, своими или заимствованными, прямыми или выводимыми:

**Фудзи-сан, СИМВОЛ ЛЮБИМОЙ РОДИНЫ, еще издали приветствует возвращающихся с добычей пахарей моря.*

**Фудзияма... остается непревзойденной ЦАРИЦЕЙ ЯПОНСКОЙ ПРИРОДЫ, СИМВОЛОМ МОЩИ, СОВЕРШЕНСТВА ФОРМ И ПРОПОРЦИЙ.*

**Они (японцы) все так же будут любоваться своей ЕДИНСТВЕННОЙ И НЕПОВТОРИМОЙ Фудзи-сан.*

** «Дождь застилает все вокруг. Но Фудзи-сан все равно ИСТОЧАЕТ ОЧАРОВАНИЕ, даже оставаясь невидимой» (из стихотворения японского поэта Мацуо Басе).*

**... Если взирать с ее вершины, Фудзи-сан имеет МУЖЕСТВЕННЫЙ ОБЛИК, а если смотреть от подножия – ЖЕНСТВЕННЫЙ.*

**...ГЛАВНОЕ ЧУДО Японских островов.*

**...ЗНАМЕНИТАЯ гора.*

**...СВЯЩЕННАЯ гора Фудзи.*

**... МИЛАЯ СЕРДЦУ КАЖДОГО ЯПОНЦА Фудзи-сан.*

**... ВЕЧНАЯ Фудзи-сан.*

**... ВЕЧНЫЙ СИМВОЛ Японии.*

Однако центральным индивидуально-авторским определением Японии-Фудзи, репрезентирующим не только мысли Ю. Тавровского, но прежде всего его эмоции, чувства, является ее уподобление **ДРАГОЦЕННОМУ КАМНЮ В ОПРАВЕ: Фудзи-сан можно уподобить необычайно крупному и прекрасному драгоценному камню, который передается в наследство из по-**

коления в поколение неизменным, окруженным легендами и преданиями. Камень этот люди вставляют в оправы, меняющиеся со сменой эпох... Пришельцы с юга не только унаследовали культ поклонения Фудзи-сан и само ее название «Фунчи», то есть «огненная гора». Они создали новую «оправу» горы из рисовых полей, деревень под тростниковыми крышами, белостенных самурайских замков.

Совокупный текст книги Ю. Тавровского позволяет, как нам кажется, утверждать центральную роль именно этих определений Японии: «Двухэтажная Япония» и «Япония-Фудзи, подобная драгоценному камню в оправе, созданной в разные эпохи человеческим трудом». Эти определения имплицитно полемизируют с названиями книг предшественников («Ветка сакуры», «Сад камней», «Пятнадцатый камень сада Реандзи»), и как следствие – с их видением Японии (в открытую полемику Ю. Тавровский не вступает). Скрытая полемичность определяет и тот факт, что оба центральных определения Ю. Тавровского являются метафорическими, индивидуально-авторскими, иными, чем у предшественников-публицистов. Эти определения апеллируют к разуму, отражая мысли автора (первая атрибуция) и к эмоциям, чувствам (вторая атрибуция). Важнейшая функция этих определений – текстообразующая, композиционная: вокруг них строится авторский рассказ о Японии, остановиться на котором нам не позволяет ограниченный объем статьи.

Публицистическое слово – это воздействующее слово. Воздействовать на массового адресата без учета того, в какую эпоху осуществляется коммуникация, какова общая и речевая ситуация этой эпохи, невозможно или в высшей степени затруднительно. Поэтому публицист осознанно или неосознанно выбирает слово под влиянием эпохи. Его речевая деятельность во многом осуществляется именно в ОТВЕТ НА ЕЕ ЗАПРОС, определяющий, варьирующий и изменяющий форму представления авторского замысла. В целом на текстовую реализацию последнего (в рамках атрибуции Японии российской публицистикой второй половины XX века) влияют: время, в которое было написано произведение, степень цензурного давления, контекст (полемический или неполемический), стереотипы массового сознания, чужой взгляд на Японию, в том числе точки зрения предшественников-публицистов, писавших об этой стране.

Наибольший, на наш взгляд, интерес представляет влияние широкого дискурсивного контекста как фактора текстообразова-

ния на полемическую/неполемическую форму подачи информации. Эпоха холодной войны диктует И. Эренбургу два типа определений Японии (прямые и отрицательные); отголоски хрущевской оттепели «снимают» полемичность определений В. Овчинникова; полемика «физиков» и «лириков» детерминирует корпус определений Д. Гранина, а также их смысловую и оценочную направленность; наличие внешней и внутренней цензуры влияют на негативную оценочность и двойную полемичность определений В. Цветова, а ослабление цензуры и необходимость «отстройки от предшественников» - на имплицитную полемичность атрибуций Ю. Тавровского. Характер атрибуций Японии определяется также идиостилевой спецификой текста, детерминирующей вид определения (логическое или метафорическое, прямое или «выводимое» из контекста, непосредственная дефиниция Японии или квазиопределение), а также пафос определения, мысли, чувства и эмоции, вкладываемые авторами в высказывание.

Тексты типа МЫ О НИХ и ОНИ О НАС являются неотъемлемой составляющей межнационального дискурса именно потому, что в них отражены попытки проникновения в иное национальное сознание. Подобные тексты нужно, на наш взгляд, не только писать, но и изучать – ведь они являются важнейшим средством формирования общественного мнения об окружающем Россию мире, о наших ближних и дальних соседях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жилина Л.В. Формирование общественного мнения россиян о Японии и японцах в конце XX – начале XXI вв. – по материалам журнальной публицистики. КД (http://www.dissland.com/catalog/formirovanie_obshchestvennogo_mneniya_rossiyan_o_yaponii_i_yapontsah_v_kontse_xx_nachale_xxi_v_v_po_m.html).
2. Купина Н.А. Лингвистический анализ художественного текста. – М.: Просвещение, 1980. – 77с.
3. С.И. Виноградов. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. М.: Наука, 1996. – С. 121-152.
4. Некрасов Виктор Платонович (биография) // Люди и книги – мемуары великих, труды неизвестных (<http://azlibr.ru/index.shtml?Persons&D5A/5bb025a0/index>)

5. ХРОНОТОП МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

КОНЕЦ «ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЛИМИТА»: ОТКРЫТЫЙ ХРОНОТОП МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

Реклама пришла в Россию с Запада и принесла с собой западный терминологический аппарат, рекламные приемы, научные исследования и многое другое из области рекламного дискурса. Однако в «чистом» заимствованном виде реклама продержалась в России недолго – ее стали адаптировать как к российскому рынку, так и к восприятию российского потребителя. Российские научные исследования рекламного процесса, основа которых была положена на Западе, стали во множестве посвящаться изучению рекламного процесса на иной (русской) национальной основе или в сопоставительном ключе.

В целом взаимодействие западного и русского рекламного дискурсов можно коротко свести к вхождению западного рекламного дискурса в русскую общественную жизнь 90-х г. XX века и обратному влиянию русской действительности на заимствованный рекламный дискурс. Исследование этих процессов вполне соотносится с современной антропоцентрической парадигмой: «Антропоцентризм как особый принцип исследования заключается в том, что научные объекты изучаются прежде всего по их роли для человека, по их назначению и его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности» [Кубрякова 1995:112]. Как следствие, с одной стороны, в рамках антропоцентрической парадигмы актуально внимание к фактору адресата, который позволяет проследить языковые реакции общества на изменения жизненной ситуации. С другой стороны, языковые реакции разворачиваются во времени и детерминируют наше обращение к такой составляющей дискурса, как хронотоп, или пространственно-временная организация текста.

Изучение хронотопа восходит к работам М.М. Бахтина и занимает важное место в литературоведческих исследованиях художественного текста. Так, М.М. Бахтин «рассматривает хронотопы идиллические, мистериальные, карнавальные, а также хронотопы дороги (пути), порога (сфера кризисов и переломов), зам-

ка, гостиной, салона, провинциального городка (с его монотонным бытом). Ученый говорит о хронотопических ценностях, сюжетообразующей роли хронотопа и называет его категорией формально-содержательной» [Хализев 1999:214]. Со своей стороны, лингвистические исследования чаще посвящены одной из двух составляющих хронотопа – локальной (пространственная организация) или темпоральной (временная организация текста), как, например, в работе Е.С. Яковлевой «Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени, восприятия)» [Яковлева 1994].

Этот же принцип дифференцированного изучения хронотопа оптимален, как нам кажется, и для изучения рекламного дискурса. Попытаемся проследить развертывание рекламного дискурса во времени, отраженное в художественном дискурсе (романе В. Пелевина «Generation «П»»), обусловленное изменениями эпохи и способствующее становлению национального дискурса как межнационального.

Вхождение рекламы в российскую действительность начала 90-х годов XX века дается В. Пелевиным в связи с судьбой главного героя романа «Generation «П». Это несостоявшийся литератор Вавилен Татарский, который волей случая начал заниматься новой для России рекламной деятельностью. Языковая ситуация этой эпохи была достаточно устойчивой и сохраняла традиции советской эпохи, когда отношение ученых, публицистов, литераторов к заимствованным словам определялось высказыванием В. Ленина в заметке «Об очистке русского языка»: «Русский язык мы портим. Иностранные слова употребляем без надобности. Употребляем их неправильно. К чему говорить «дефекты», когда можно сказать недочеты, недостатки или пробелы?.. Если недавно научившемуся читать простительно употреблять, как новинку, иностранные слова, то литераторам простить это нельзя. Не пора ли нам объявить войну употреблению иностранных слов без надобности?». Мысль, высказанная В.И. Лениным, была вовсе не нова: «война» с иностранными словами была объявлена еще В. Белинским, вождем пролетариата лишь поддержана, а затем продолжена советскими учеными-лингвистами: «Эти слова Белинского можно было бы написать на знамени борьбы с иностранными словами в наши дни. А такая борьба необходима. Лавинообразный процесс зарождения терминов в эпоху научно-

технической революции и неизбежность заимствования некоторых слов для обозначения новых понятий никак не оправдывают наплыва англицизмов (точнее американизмов) ни в специальную литературу, ни тем более в обиходную речь. Нашествие импортных словечек приводит к тому, что, как замечает Ф.П. Филин, на смену ушедшему «французско-нижегородскому» жаргону появляется не менее безобразный, принижающий национальное достоинство «американско-ростовский сленг. Тревожное положение усугубляется тем, что многие люди в век расцвета науки стали стыдиться говорить просто. Из-за этого языкового снобизма, стремления всегда и везде выражаться внушительно и наукообразно слова-чужеземцы легко расширяют захваченные плацдармы... И все это было бы еще полбеды (всякая мода преходяща), если бы не находились убежденные апологеты (воспользуемся и мы чужеземными словами) бесконтрольного и безграничного импорта слов. Их доводами служат ссылки на некоторые преимущества интернациональной терминологии. Но при этом часто забываются другие, не менее важные национальные ценности» [Горбачевич 1978: 57-58]. Борьба с «импортом слов» велась в СССР на самом высоком уровне: «Выступления Ф.П. Филина, направленные против применения иностранных слов без надобности, вызвали живой отклик и сочувствие читателей. Борьба с злоупотреблением модными иноязычными словами является важным звеном пропаганды и укрепления русского языка как мирового языка нашего времени» [Там же:58].

Именно над этой «борьбой» иронизирует В. Пелевин, говоря о том, что «даже мирное слово «дизайнер» казалось сомнительным неологизмом, прижившимся в великом русском языке по лингвистическому лимиту до первого серьезного обострения международной обстановки» (далее – ссылки на текст В. Пелевина по изданию книги «Generation «П» М.: Астрель, 2011).

Переход к рыночной экономике вызвал лавинообразный наплыв рекламной терминологии в русский язык. Английскую терминологию стали использовать в готовом виде, не делая никаких попыток подобрать синонимический эквивалент, не думая о чистоте русского языка, о языковом снобизме, о мнении ученых-лингвистов, о бережном отношении к родному языку и т.д. Собственно лингвистическая (точность словоупотребления) и прагматическая (экономия речевых средств, необходимость обращения к

английским источникам и чужим рекламным образцам) потребности отодвинули на задний план все споры о соотношении в этой области «своего» и «чужого». Иностранное происхождение рекламы, забвение российских рекламных традиций, иностранные источники и образцы рекламы, англоязычная рекламная терминология немедленно привели к тому, что приоритет однозначно был отдан «чужому», а рекламный дискурс в России стал сразу формироваться как межнациональный. Именно этот процесс отразил В. Пелевин, показывая становление своего героя как копирайтера, а затем криэйтора. Приведем фрагменты, содержащие некоторые слова и выражения, которые отражают динамику роста героя как профессионала в области рекламы:

1. Слова и выражения без перевода, данные кириллицей:

**Сережа...изо всех сил старался походить на западного КОПИРАЙТЕРА.*

**- У него шестнадцать БРЭНДОВ в эксклюзиве.*

**Клон был абсолютно точным – сохранялась даже рифмовка БРЭНД-НЭЙМА с матерным термином.*

**- Только что звонил их БРЭНД-МЕНЕДЖЕР.*

**- Пойдешь ко мне в штат?*

Татарский еще раз посмотрел на плакат с тремя пальмами и англоязычным обещанием вечных метаморфоз.

- Кем? – спросил он.

- КРИЭЙТОРОМ.

- Это творцом? – переспросил Татарский. – Если перевести?

- Ханин мягко улыбнулся.

- Творцы тут нам на... не нужны, - сказал он. – КРИЭЙТОРОМ, Вава, КРИЭЙТОРОМ.

**- Раньше парень, бывало, ел раз в два дня, а теперь один из главных КРИЭЙТОРОВ.*

**- Одна минута эфирного времени в ПРАЙМ-ТАЙМ стоит столько же, сколько две цветные полосы в центральном журнале.*

**- Слушай, а почему его бухим показывают, если он ВИРТУАЛЬНЫЙ?*

- РЕЙТИНГ повышаем.

- У него от этого РЕЙТИНГ растет?

- Да не у него. Какой у электромагнитной волны РЕЙТИНГ. У канала. Почему в новостях в ПРАЙМ-ТАЙМ минута сорок тысяч стоит, прикидывал?

*- Что это такое?

- РЕНДЕР-СЕРВЕР 100/400. Их «СИЛИКОН ГРАФИКС» специально для этих целей гонит – ХАЙ ЭНД.

*- На главный РЕНДЕР пускают только после письменного распоряжения, так что старайся.

*- Ну, это, наверно, для отчета в «ГЭЛЛАП-МЕДИА», - снисходительно ответил Березовский.

*- Сейчас твой соавтор подойдет, - сказал он Татарскому. – Ты здесь еще не был? Вот эти ТЕРМИНАЛЫ идут на главный РЕНДЕР. А этот юноша – наш главный ДИЗАЙНЕР Семен Велин.

*Парень с ПОНИ-ТЕЙЛОМ двинул мышь по коврику, потыкал колонкой КУРСОРА в колонки меню, возникшие в верхней части экрана, и наклон рук изменился.

*- Нам не долдонов этих надо оцифровывать, а новых политиков делать. Нормальных, молодых. С нуля разрабатывать, через ФОКУС-ГРУПП - идеологию вместе с мордой.

2. Слова и выражения без перевода, данные латиницей (англицизмы в оригинале):

*- Я хотел спросить тебя как представителя target group: какие ассоциации вызывает у тебя слово «парламент»?

* Впрочем, это было неважно.

- This game has no name, - прошептал он и сжал кулаки в кармане куртки.

*В кадре оказывается спинка кровати с приклеенным листом ватмана, на котором черным маркером выведен swoosh, похожий на комету.

*- Потом эти точки соединяют – накладывают на них цифровую сетку и сшивают щели. ТАМ сразу несколько процедур – stitching, clean-up и так далее.

*- Это датчики, - ответил Морковкин. Технология «Motion capture». Они у него там же, где у скелетона шарниры. Когда Аркаша движется, снимаем их траекторию. Потом ее фильтруем чуть - чуть, и машина все считает. Это новая система «Star Trak». Самая сейчас крутая на рынке.

*- А как лицо делают? – спросил Татарский. – Жесты, мимику?

- То же самое. Только не магнитная система, а оптическая, «Adaptive optics». А для рук – перчатки «CyberGlove».

* Он потыкал в кнопки, и в нижней части монитора появилось окно с прогресс-индикатором и несколькими малопонятными надписями: *memory used 5184 M, time elapsed 23:11:12* и что-то еще очень мелким шрифтом.

*- А почему каталог «excesses»? Что в этом такого – на лыжах покататься?

3. Слова и выражения с переводом или пояснениями (кириллица и латиница):

*Быстрое переключение телевизора с одной программы на другую, к которому прибегают, чтобы не смотреть рекламу, называется *zapping*.

*Переключение телезрителя, которым управляют режиссер и оператор, - это другой тип ЗАППИНГА, насильственный.

*Как он быстро понял из наблюдения за поведением товарищей по работе, основой этих коммуникаций был так называемый черный PR, или, как полностью произносил Ханин, «*black public relations*». ...Но никакой романтики за этим пиратским словосочетанием на самом деле не стояло. И оно было совершенно лишено тех негативных коннотаций, которыми нагружают его сайентологи и другие последователи Рона Хаббарда, понимающие под *black PR* атаку, ведущуюся через средства массовой информации.

*- Я не понял, что это значит: «У всякого брэнда – своя легенда».

- Легенда? Это у нас так переводят выражение «*brand essence*». То есть концентрированное выражение всей имиджевой политики.

* - АПГРЕЙД? – спросил Татарский. – Это что, стимулятор такой?..

- Трехмерка.

- Трехмерка?

- Если по науке, то «три-дэ модель». А мужики их трехмерностью называют.

*Динамический ВИДЕОБАРЕЛЬЕФ – проработка под одним углом. Технология та же, но работы меньше на два порядка. Там два типа бывает – бобок и полубобок. Видишь, ртом шеве-

лит и глазами? Значит, полубобок. А вон тот, который спит над газетой, - это бобок. Такой вообще на ВИНЧЕСТЕР не влезит.

**... Когда мы все сшили и зачистили, получаем модель. Они бывают двух видов – полигональные и так называемые *purbs patch*. Полигональные – из треугольничков, а «НУРБС» - из кривых, это продвинутая технология для серьезных трехмеров.*

**Вы думаете, что за абсолютно плоским стеклом трубки «Блэк Тринитрон» вакуум? Нет! Там горит огонь, который согреет ваше сердце! «Сони Тофетиссимо». It's a Sin («Это грех»).*

В связи с целостной организацией пелевинского текста, написанного в рамках современного художественного дискурса, интересно отметить следующее. В тексте множество заимствований, относящихся к разным сферам деятельности, не только к рекламе. Часть англицизмов и иных заимствований дается в тексте без перевода, автор органично вплетает их в текстовую ткань, и лишь часть имеет перевод или иной способ толкования значения. Без перевода даются и некоторые рекламные слоганы. На наш взгляд, это совершенно оправдано фактором адресата книги, поэтому хотелось бы привлечь внимание к следующему. В 90-е годы XX века активно началась смена языковой ситуации, отраженной к тому времени в художественной литературе и публицистике. Литературоцентричность советской эпохи была одной из причин возникновения и развития множественных техник постмодернистского письма, общей чертой которых являлась повышенная степень интертекстуальности – включения в тексты огромного количества отсылок к мировой литературе и культуре. Однако поколение российской молодежи, формировавшееся в 90-е годы, уже отнюдь не литературоцентрично и не культуроцентрично. Это поколение бурно наступающей компьютерной эпохи, культурный фонд которого начал стремительно уменьшаться, по сравнению с фондом знаний тех людей, чья молодость пришлась на 60-е, 70-е и даже 80-е годы XX века.

В свою очередь, поколение 90-х годов XX века и начала XXI века стало проявлять повышенный интерес к изучению английского языка, чему способствовали, с одной стороны, расширяющиеся международные связи (свободный выезд за рубеж, обмены студенческими группами, культурные международные программы и др.), с другой - необходимость знания англоязычной

компьютерной терминологии, включения в Интернет-общение, а с третьей – появление новых, пришедших с запада сфер деятельности (менеджмент, маркетинг, реклама, связи с общественностью и др.). Лексический тезаурус молодежи стал стремительно меняться – уменьшалась доля интертекстуальных элементов, но возрастала доля заимствований. Поэтому книга В. Пелевина рассчитана, скорее, на молодого, современного человека, в той или иной степени знающего английский язык, владеющего современной, в том числе компьютерной, терминологией и понимающего смысл большей части высказываний, даже иронических, без перевода или пояснений. Отсюда имеет смысл вновь привести множественные примеры заимствованных включений в текст книги, во многом, на наш взгляд, отражающих языковую ситуацию новой эпохи и соотносимых не только с рекламным, но и с нерекламными форматами дискурса.

1. Иноязычные слова и выражения на русском и английском языках, не имеющие перевода или толкования:

**Название книги «GENERATION «П».*

**На следующий день Морковкин отвел Татарского в довольно странное место. Оно называлось «ДРАФТ ПОДИУМ» (после нескольких минут напряженной умственной работы Татарский оставил попытки понять, что это означает).*

В скобках заметим, что одним из значений слова ДРАФТ (draft) является «набор в армию», что является отсылкой к фонду знаний любого молодого человека и в сочетании со словом «подиум» вызывает комический эффект.

**Там было много шикарных выражений вроде LINE EXTENTION, которые можно было вставлять в концепции и базары.*

**Но эту рекламу нельзя будет просто перевести с английского на русский, потому что здесь другие... как это... CULTURAL REFERENCES.*

**Понимание приходит с опытом. DAVIDOFF CLASSIC.*

**Во многой мудрости много печали, и умножающий познания умножает скорбь. DAVIDOFF LIGHTS.*

**У наших ушки на макушке! ДИСКОНТ на гаражи-ракушки.*

**Мировой PANTENE-PRO V! Господи, благослови.*

**Никто из прохожих не обращал на Гиреева внимания: подобно фонарному столбу или рекламе «Пепси-колы», он выпадал*

из поля восприятия из-за полной ВИЗУАЛЬНОЙ НЕИНФОРМАТИВНОСТИ.

*В московских глянцевых журналах был большой спрос на эту АМБИВАЛЕНТНОСТЬ, такой большой, что возникал вопрос: кто ее внедряет?

*... платил ли манекеник штраф, когда ему случилось испачкать персональным ЛУБРИКАНТОМ сиденье казенных штанов из весенней коллекции.

*Кислотные журналы посвящали бы пронзительные COVER STORIES эстетике пластикового пакета, надеваемого на голову при этой процедуре.

*Эффект получается КУМУЛЯТИВНЫЙ.

*IT WILL NEVER BE SAME!

*Изящный, чуть женственный Гамлет (общая стилистика - UNISEX), в черном трико и голубой курточке, надетой на голое тело, медленно бредет по кладбищу.

*Двое снятых сзади голых мужчин, высокий и низкий, обнявшись за бедра, ловят машину на ХАЙВЕЕ... Слоган – Go West.

*Плакат в окне объявил пятидесятипроцентный СЕЙЛ.

*Он увидел на пятке резиновую наклепку с надписью NONAME.

* - А чего это за фирма? – спросил он.

- НОУНЭЙМ, - сказала девушка. – Английские.

*- Это ФРИСБИ высшей практики, сказала девушка, - а то, что вы называете узорчиком, синяя буква «хум».

- А зачем? - спросил Татарский, в сознании которого скользнуло мрачное воспоминание, связанное с мухоморами и Гиреевым. – Чем она отличается от простой ФРИСБИ?

Девушка чуть скривила губы.

- Кидая ФРИСБИ с синей буквой «хум», вы не просто кидаете пластмассовый диск, а создаете заслуги. Десять минут кидания ФРИСБИ с синим «хум» по создаваемой заслуге эквивалентны трем часам медитации ШАМАТХА или одному часу медитации ВИПАШЬЯНА.

* НОМО ЗАРИЕНС (трансформированное латинское выражение НОМО САПИЕНС)

*Стоявшая рядом закрытая бутылка JOHNNY WALKER напоминала ратушу.

**Первоначально эти мысли предназначались для журнала кубинских вооруженных сил «OLIVA VERDE».*

**Возм. вариант: «МАЦУСИТА» - МОНИТОРЫ VIEWSONIC.*

**Вытесняющему вау-импульсу соответствует состояние, когда внутренний АУДИТОР одновременно вывешивает флажки «WINNER» и «LOSER».*

**Речь идет о чистом ЭПИФЕНОМЕНЕ.*

** НОМО НОМИНИ LUPUS EST, – гласит один крылатый латинизм. Но человек человеку уже давно не волк. Человек человеку даже не ИМИДЖМЕЙКЕР, не ДИЛЕР, не КИЛЛЕР и не ЭКС-КЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТЕР, как предполагают современные социологи.*

**А все аналитические ТАБЛОИДЫ, в которых Малюта встречал описание мира, соглашались, что антисемитизм – непременная черта патриотического ИМИДЖА.*

**Следующий кадр – из двери дома выходит огромных размеров ХАСИД в черной кожаной куртке, черной широкополой шляпе и с ПЕЙСАМИ.*

**- Ну, знаешь, - сказал Сережа, - психологически это нечто вроде начинающего БРОКЕРА.*

** - Ты приезжай сегодня ко мне в гости. Выпьем, поговорим. Заодно и ЛЭВЭ забросишь.*

** «Парламент» с танками на мосту – сменить слоган. Вместо дыма Отечества» - «ALL THAT JAZZ».*

**Вот как это понять – «JUST DO IT»? И в чем методологическое различие между «JUST DO IT» и «JUST BE»?*

** - Что делать? Не знаю, что делать. Я в таких случаях МАНТРУ читаю.*

** SEVEN-UP, – прошептал Татарский, облизнув пересохшие губы.*

**Тут один лама приезжал – Урган Джамбон Тулку Седьмой, из секты ГЕЛУГПА. Так он целую лекцию прочитал о рекламе... То есть пожевал «Орбит» без сахара – и уже АСУР. Пожевал «Дирол» - и вообще бог с белыми зубами.*

**Еще в ТАБЛОИДЕ нашлась реклама американского ресторана на площади Восстания – фотография входа, над которым горела веселая неоновая надпись:*

BEVERLY KILLS

ACHUCK NORRIS ENTERPRISE

**На рекламе «КОРЕАН ЭЙР» тело было повернуто таким образом, что наручники были незаметны.*

** - Ты в рыночной экономике понимаешь немного?*

- ДЕЦУЛ – ответил Татарский и свел два пальца, оставив между ними минимальный зазор.

**... Никто не посмеет назвать тебя американским словом LOSER.*

**Он переделывал все БРЭНД-НЭЙМЫ, в названии которых встречалось слово «LOSER», и сладостно применял их к себе; «LOSER-JET» и «LOSER-MAX» хлестко ударил по душе и позволяли забыть на секунду о надвигающемся позоре.*

** MESSAGE был очевиден даже идиоту.*

**Это был стандартный ЛЭЙБЛ с американским флагом и надписью «MADE IN USA. ONE SIZE FITS ALL».*

**- Нравятся? – спросил он.*

- Еще бы, - сказал Татарский. Если не ошибаюсь, «PIAGET POSSESSION»? Кажется, стоят семьдесят тысяч?

- ПЕЖЕ ПОЗЕСЬОН? – Тот поглядел на циферблат. – Да, действительно.

**Морковкин подошел к стойке и вернулся с двумя стаканами и бутылкой «SMIRNOFF CITRUS TWIST».*

**Бобу Доулу просто найковский слоган переделали из «JUST DO IT» в «JUST DON'T DO IT».*

**... Он догадался, что это увеличенная во много раз банка СОФТ-ДРИНКА, раскрашенная то ли под березу, то ли под зебру.*

** - Зачем нам столько пилотов? Нам нужен один пилот. Но готовый на все! Вот у меня внук на PLAY STATION играет – я как поглядел, так сразу и понял.*

**- Точно, - сказал Татарский, отметив про себя, что, если «Давидофф» начнет выпускать БРЭНД «ULTRA LIGHTS», лучшие слогана не найти.*

**Сначала его внимание привлек большой плакат с Антонио Бандерасом в голливудском шедевре «Степан Бандера». Бандерас... грустно смотрел на разбитую «тридцатьчетверку» в красиво-подсолнуховом ЧАППАРАЛЕ... Плакат был не настоящим – это был КОЛЛАЖ.*

**- Малюта! Чего ты здесь делаешь?*

Малюта, однако, не проявил удивления.

- Я здесь всему КАГАЛУ ИМИДЖ-МЕНЮ сочиняю, - ответил он. – Про квасок ядреный с хреном слышал? Или про блины с тешкой? Это все мои ХИТЫ.

*Про покушение дадим в новостях. А в ПЭТЧ на столе вставляем не пачку «Кэмела», а целый блок.

*Татарский долго не мог понять источника этого ощущения, пока не обратил внимания на ИНСТАЛЛЯЦИИ у обочины.

2. Иноязычные слова и выражения, имеющие в тексте книги перевод или авторское толкование:

* «WELCOME TO ROUTE 666» («Добро пожаловать на шоссе 666»).

*Сергей взял у клиента бланк с его ЛОГОТИПОМ – это был стилизованный пирожок в овале, под которым стояли буквы «ЛКК».

*Она (книга) называлась «POSITIONING: A BATTLE FOR YOUR MIND», а написали ее два продвинутых американских колдуна («Позиционирование: битва за ваш разум» (англ).

*Работа была FREE LANCE – Татарский переводил это выражение как «свободный копейщик», имея в виду прежде всего свою оплату.

*Рассмотрим классический позиционный слоган «SPRITE – THE UNCOLA» ... В переводе на русский «UNCOLA» будет «Некола». По своему звучанию (похоже на имя «Никола»), и вызываемым ассоциациям это слово отлично вписывается в эстетику вероятного будущего.

*THIS GAME HAS NO NAME («У этой игры нет названия»).

*Он вспомнил, как в финале фильма «GOLDEN EYE» («Золотой глаз») где-то на острове Свободы поднималась из воды циклопическая антенна советского производства.

*Книга на эту тему «THE FINAL POSITIONING» («Окончательное позиционирование»).

*Один искусствовед в штатском от Кензо клялся Татарскому, что все темы, которых не коснулся Эл Райс, разобраны в «CONFESSIONS OF AN ADVERTISING MAN» («Признание рекламщика»).

*TRAPPED? MASTURBATE! - ПОПАЛСЯ? Дрочи!

*JUST BE. CALVIN KLEIN («Просто будь. Келвин Кляйн»).

**RUSSIA WAS ALWAYS NOTORIOUS FOR THE GAP BETWEEN CULTURE AND CIVILIZATION. NOW THERE IS NO MORE CULTURE. NO MORE CIVILIZATION. THE ONLY THING THAT REMAING IS THE GAP. THE WAY THEY SEE YOU.* («В России всегда существовал разрыв между культурой и цивилизацией. Культуры больше нет. Цивилизации больше нет. Остался только GAP. То, каким тебя видят» (англ.). (Игра слов: GAP – разрыв, GAP – сеть универсальных магазинов).

**... приспособление из синей резины со множеством толстых шипов, очень похожее на голову главного демона из фильма «HELLRAISER» («Восставший из ада»).*

** Над прилавком висела черная майка с портретом Че Гевары и подписью «RAGE AGAINST THE MACHINE» («Бунт против машин» (англ.) – название американской рок-группы).*

**Камера сдвигается еще ниже, и виден слоган, выведенный тем же маркером: JUST DO IT («Просто делай это» (англ.).*

**Мы узнаем об этом из вывески «NIKE SWEATSHOP № 1567903» («Найтовская потогонка»).*

**Татарский уперся взглядом в фотографию бриллиантового кольца с надписью «DE BERS. DIAMONDS ARE FOREVER» («Де Бирс. Бриллианты навсегда» (англ.)*

**Его действие великолепно выражено в пословицах «MONEY TALKS, BULLSHIT WALKS» и «IF YOU ARE SO CLEVER SHOW ME YOUR MONEY». («Деньги говорят, пустой базар отдыхает»; «Если ты такой умный, покажи мне свои денежки» (англ.).*

**IDENTITY – это фальшивое эго, и этим все сказано.*

**ИДЕНТИАЛИЗМ – это ДУАЛИЗМ, обладающий троякой особенностью. Это ДУАЛИЗМ а) умерший; б) сгнивший; в) оцифрованный.*

**Снизу мелкими буквами был повторен слоган Джима Бима: YOU ALWAYS COME BACK TO THE BASICS («Ты всегда возвращаешься к основе» (англ.)*

**- Можно сказать, что это Карфагенская шахта. Так называемый ТОФЕТ.*

- Что такое «ТОФЕТ»?

- Это место жертвенного сожжения.

**...В английском ему точно соответствует фраза Маршалла Мак-Лухана «THE MEDIUM IS THE MESSAGE» («Посредник – это послание» (англ.).*

3. Межнациональные (русско-английские) рекламные и разговорные контаминаты, в том числе русский текст, написанный латиницей:

Пар костей не ЛАМЕНТ (соотносимо с англ. LAMENT («плач»)).

**PARLAMENT – THE UNYBA.*

**ТОЙОТА GAMRY.*

** UMON ROSSIJU NYE PONYAT, V ROSSIJU MOJNO TOLKO VYERIT. «SMIRNOFF».*

**Это редкая марочка была, с драконом-победителем. Из немецкой серии «BAD TRIP Иоанна Богослова». (Здесь: «Наркотический облом Иоанна Богослова»).*

**Бурбон «4 ROSES»? – сказал Ханин и хмыкнул.*

**Слоган звучал так: BAY! АКАПУЛЬКОПСИС NOW!*

** BLACK LABEL.*

Мощнейшая рокировка!

**Слоган просится: «ТАМПАКСУЛТРА SAFE: красные не пройдут».*

**DIAMONDS ARE NOT FOREVER!*

Похоронное бюро братьев Дебирсян.

Контаминированными у Пелевина являются и целые тексты, представляющие собой гибридные русско-английские образования, включающие современное русское просторечье, англицизмы и профессиональный сленг. Такие тексты в известной степени имитируют речь современной молодежи:

Прямо на плакат скотчем был приклеен факс на бланке компании «Янг энд Рубикам». Он был коротким:

Сергея! Перетер. Окончательная коррекция БРЭНД-ЭССЕНЦИЙ на два квартала.

Чубайс – отвага на пожаре/зеленые в банке.

Лебедь – правда в камуфляже/порядок в бабочке.

Явлинский – THINK DIFFERENT/THINK DOOMSDAY (Apple не возражает).

Ельцин – стабильность в коме – демократия в гробу.

HI THERE

Эдик.

Столкновение русизмов и англицизмов постоянно используется В. Пелевиным для создания юмористического (иронического) эффекта, ср.:

**Следующее его появление всем известно – это Степан Разин на Лобном месте в монументальном клипе для шампуня «HEAD SHOULDERS» (слоган «Снявши голову, по волосам не плачут»).*

**Нет в ней (коллекции) и знаменитой рекламы московской сети магазинов «GAP», где Татарский снялся вместе со своим заместителем Морковкиным: Морковкин в расшитой золотом джинсовой куртке прохаживается в витрине магазина, а одетый в военную телогрейку Татарский швыряет в бронированное стекло кирпич, выкрикивая: «Под Кандагаром было круче!» (слоган «ENJOY THE GAP»).*

**Это незаконченный клип для пива «Туборг» под слоган «STA, VIATOR!» (вариант для региональных телекомпаний – «Шта, авиатор?»), в котором реанимирована известная картинка с одиноким странником.*

Лавинообразное вхождение англоязычной лексики в русский язык отмечают и сами герои книги В. Пелевина:

Так... Политические взгляды – что там у нас? Написано «UPPER LEFT» («Верхнелевые»). Не понимаю. Вот... дожили – скоро в документах все по-английски будет.

К сказанному добавим, что языковая ситуация профессионального рекламного дискурса предполагает и еще одну его особенность – широкое употребление профессионального сленга, часто в сочетании с англицизмами:

**Азадовский чуть помрачнел.*

- С частотой, даст Бог, решим. А по Березовскому ЧИЧИ-РОК добавить, понял?

- Понял.

** - Так, пишу – тридцать два ЭЙЧ –ПИ – АЙ, КУРЧА-ВОСТЬ ноль три.*

** Третий раз уже восстанавливаем – так он уже всех замучил, не поверишь. А по остальным НУРБСЫ ДОШИВАЕМ.*

Современный российский рекламный дискурс можно, как мы считаем, с полной уверенностью назвать межнациональным дискурсом с открытым хронотопом. Об этом свидетельствует, во-первых, огромное число заимствованной лексики в рекламных текстах, которое постоянно пополняется. Например, в сфере лексики моды (одежда является одним из наиболее рекламируемых товаров) «проявляется та же наиболее характерная черта, которая

свойственна общему процессу заимствования в русском языке последних лет, а именно: активное пополнение словаря моды новыми словами, в основном английского или англо-американского происхождения. «Английские интонации» звучат в названиях разновидностей верхней одежды: *свингер, тренч, тренчкот, парка; кардиган, топ*; модных брюк: *саксы, капри, карго, кедди, клемдиггеры, хаки, шейк, саруэл, бермуды и т.д.*; нижней одежды: *бикини, монокини, стринги, топлес, боди, леггинсы*; тканей: *органза, лайкра, стреч и стретч и пр.*» [Пристайко 2007: 27]. Относительно языка моды Т.С. Пристайко отмечает тенденцию, отражающуюся, в свою очередь, в рекламных текстах, - это «словесные новообразования» типа *антигламурный (проект), трэш-гламурный (дизайн), гламурно-фриковый (ансамбль)* и т.д. [Там же: 30]. Со своей стороны мы можем утверждать, что рекламные тексты и рекламные слоганы стремительно превращаются из русскоязычных высказываний в межнациональные контаминаты, сочетающие иноязычные (прежде всего – латинские и английские) и русские элементы. К наиболее распространенным контаминатам относятся:

1. **Лексические контаминаты**, и прежде всего включение в рекламный слоган иноязычного нейма (наименования товара или торговой марки): *Если у вас есть Lo jack – у вас всегда будет автомобиль!; Gardex. Последний писк; Lenor – пусть каждая вещь станет любимой; Clearsil. Чистота и здоровье кожи; Camay. Непотраченное искусство обольщения!; Удовольствие от жизни, цвет от Oriflame; От Парижа до Находки Omsa - лучшие колготки; Красивые зубы без ума от Dirol Drops; Alldays Discreet. Чувствуешь только комфорт.*

2. **Фразеологические контаминаты**, включающие готовые или трансформированные фраземы на латинице и кириллице: *In blino veritas.*

3. **Графические контаминаты** (часть слова пишется латиницей): *Хватит мечтать – пора обLADать; MonGOose. VGOну нет; DOZАправься!; Профессионалы выбирают PARADный ремонт; ГотоV К Отпуску?*

4. **Словообразовательные контаминаты** (языковая игра): *БИНГО шоу – все будет хороШОУ.*

Рекламный дискурс изначально формировался как межнациональный. То же с известными оговорками можно отнести к

компьютерному дискурсу, Интернет-дискурсу, управленческому дискурсу и некоторым другим дискурсивным разновидностям. А что касается художественной литературы, то, будучи ориентированной на современность и отражая живые языковые процессы современного русского языка, она прощается с идеей «лингвистического лимита», популярной в советский период, ср.: «Писатели К. Чуковский, К. Паустовский, Б. Тимофеев и др. возмущались неоправданным употреблением таких слов, как *апробация*, *пролонгировать*, *лимитировать*, *функционировать* и т.п.» [Горбачевич 1978:57]. Однако в настоящее время художественный дискурс становится даже не межнациональным, а мультинациональным, как губка вбирая в себя заимствованную лексику и чужие способы выражения мысли. У К.С. Горбачевича мы читаем: «Лингвистическим провинциализмом» окрестил Г. Винокур чрезмерное увлечение иностранными словами» [Там же]. Что ж, вероятно, современные молодые люди – это «лингвистические провинциалы», но от этой реальности никуда не уйдешь. С ней живут – значит, ученым-лингвистам и методистам надо с ней работать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбачевич К.С. Нормы современного русского языка. – М.: Просвещение, 1978. – 240с.
2. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века// Язык и наука в XX в. – М.: Высшая школа, 1995. – 216с.
3. Пристайко Т.С. Актуальные «мотивы» в языке современной моды (по материалам «глянцевых» журналов)// Проблемы концептуализации и моделирования языковой картины мира. Вып. 3. – Архангельск: Поморский ун-т, 2007. – 356с.
4. Хализев В.Е. Теория литературы. – М.: Высшая школа, 1999. – 398с.
5. Яковлева Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени, восприятия). – М.: Высшая школа, 1994. – 298с.

6. БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА В ЗАГОЛОВКАХ ПЕРВОЙ РУССКОЙ ГАЗЕТЫ В АФРИКЕ

Давно известно, что заголовок является важнейшей частью газетно-журнальных текстов – по данным исследователей, на него приходится около 80% внимания читателей. Заголовкам, в том или ином аспекте их стилистической соотнесенности, формы, структуры, семантики, посвящено большое количество работ [Лазарева 1989, Прохорова 2005 и др.]. Целый ряд исследований посвящен изучению прецедентных феноменов в заглавиях текстов [см., например, Чемезова 2008]. В свою очередь, наше обращение к проблеме заголовка обусловлено новым материалом исследования (газетными заголовками в межнациональной прессе) и новым аспектом исследования, связанным с репрезентацией в заглавиях публикаций системы ценностей.

Основные функции газетно-журнального заголовка достаточно хорошо известны – это «номинативная функция, то есть способность называть текст...; графически-выделительная функции также свойство любого газетного заголовка, поскольку это связано с различной функцией заголовка и основного корпуса текста». Информативная функции «предполагает привлечение внимания к тексту в том случае, если текст содержит необходимые для читателя сведения... Функция рекламная предполагает привлечение внимания к тексту за счет эмоций... Оценочно-экспрессивная функция формирует эмоциональное воздействие газетного текста... Интегративная функция облегчает восприятие текста как единого цельного произведения... Композиционная функция предполагает объединение в одно речевое произведение несколько текстов, связанных общей темой... закрепительная функция заголовка предполагает закрепление в памяти читателя текста с помощью заголовка... Наконец, современные возможности развития ЗК (заголовочного комплекса. – Н.Р.) позволяет говорить еще о выделении еще двух функций – это текстообразующая и текстозаместительная функции. Текстообразующая функция заголовка проявляется тогда, когда мы моделируем пространство единого заголовочного текста, СЗТ, ЗК, образующие в своей совокупности текст, общими усилиями выполняют эту функцию. Текстозаменительная функция – также удел современного ЗК, ко-

торый благодаря своей сложной, развитой структуре может замещать текст основной, сжимающийся до нескольких абзацев» [Прохорова 2005: 56-58].

Однако в связи с межнациональным дискурсом мы можем с уверенностью говорить еще об одной функции заголовков (заголовочных комплексов, совокупного заголовочного текста). Это функция АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ, направленная на формирование системы межнациональных ценностей. Она особенно хорошо эксплицируется на фоне внутринациональных ценностей, поэтому мы сделали попытку сопоставления совокупного заголовочного текста, заголовочных комплексов и собственно заголовков в двух изданиях – это газета «Комсомольская правда. Екатеринбург» (21.08. 2012) и газета «Комсомольская правда в Египте» (28.07 - 10.08. № 14 (91) 2008). Последняя, без сомнения, относится к межнациональному газетно-журнальному дискурсу, так как информация для нее получена не только из российских, но и из египетских источников, ряд текстов был адаптирован для восприятия российского читателя, справочная информация дается не только на русском, но и отчасти на английском и арабском языках, имеются публикации, в которых вербальный ряд создается российским автором, а визуальный – египтянином (например, текст центральной публикации номера создавала Ирина Ачеби, а фотографии – Аиша ом Сумайя). Перейдем к заявленным выше сопоставлениям.

Санкт-Петербургская школа стилистики, и в частности – К.В. Прохорова, предлагает 2 понимания совокупного заголовочного текста – узкое и широкое. Первая трактовка (более узкая): «... Совокупность заголовков какого-либо газетного издания представляется нам самостоятельным речевым произведением, аналогичным, но не идентичным развернутому газетному тексту. Подобный заголовочный текст мы называем совокупным заголовочным текстом (СЗТ)» [Прохорова 2007:179]. Вторая трактовка (более широкая): «Под совокупным заголовочным текстом понимаем совокупность заголовочных комплексов периодического издания, взятого в рамках определенного периода» [там же: 179:180].

Отталкиваясь от первого, более узкого понимания СЗТ именно потому, что в нем сделан акцент на «газетное издание», попытаемся на материале 2-х указанных газет представить два

СЗТ, включающих только заголовки наиболее крупных публикаций (/ /, как принято у К.В. Прохоровой, означает границу между заголовками; а / границу между заголовком и подзаголовком).

«Комсомольская правда. Екатеринбург»: *Путин пообещал жестко разобраться с уральскими заводами-банкротами// Россияне задолжали за коммуналку 170 миллиардов рублей// Лучшая в мире волейболистка Екатерина Гамова сразу после Олимпиады вышла замуж// «Ваши победы в Лондоне будут примером для миллионов людей»// В Кельнском соборе разогнали панк-молебен// Пять минут славы Герострата // Под Самарой цыгане и русские сошлись стенка на стенку// А вы что делали с 19 по 21 августа 1991 года?// Возжатый в лагере выпорол шестикласснику за нарушение во время тихого часа// На Урале снова голодают рабочие// «Мы знали о запретной зоне, но с военными там не пересекались»// Пассажиров перевернутого автобуса вытаскивали бойцы ОМОНа// Вузы бьются за абитуриентов// Небесный круглоход// Губернаторскую грядку пропололи// Коэффициент эффективности для слуг народа// «Американцы большие не борются с «Аль-Каидой». Они запускают войну внутри исламского мира»//Прощай, накопительная пенсия?// «Я взяла с дороги камень и ударила в стекло «газели»// Загадка стадного чувства//Заслуженного педагога уволили за то, что ... 20 лет назад попал под суд// Садальский предложил Макаревичу побороться с фонограммой// Юрий Никулин получил водительские права на гастрольях в Запорожье// Умер режиссер «Настоящей любви» и «Последнего бойскаута»// Он увидел ее – и погиб!// Снимок Фелпса – на вес олимпийского золота?// Быков и Захаркин уйдут к полякам// Иван Ургант неожиданно встретился с женой на сцене// «Это же прикольно – сыграть собаку!» (остальные публикации номера – это прямая или косвенная реклама).*

«Комсомольская правда в Египте»: *«Ах, эта свадьба, свадьба...», или главное событие в жизни египтян// Чавес привез Медведеву привет от Фиделя// Схвачен самый ненавистный Западу серб// Китайцы получают российские острова на Амуре// «Страна, желающая поссорить Россию с Китаем, называется на три буквы»// Российские бомбардировщики облюбовали Кубу//*

Западноевропейцы хотят отдыхать без русских// «Стоит ли борьба за бабло войны между народами?»// «Семья Ющенко не хотела, чтобы я с ними говорила по-русски»// В смерти своей Николай II бесстрашен и величественен// «Настоящий мужчина всегда хочет Ларису Ивановну»// Медведев и Мубарак удовлетворены уровнем взаимодействия двух стран// Египтяне закрыли иранский телеканал «Аль-Алам»// Москва и Каир обсуждают сотрудничество в области ядерных исследований// Даже местная полиция в шоке от беспорядка на дорогах// Машина свалилась с паромы и утонула в Ниле// Власти расследуют крупную дорожную аварию в Мерса-Матрух// Главы МИД арабских государств поддержали инициативу АРЕ по Дарфуру// Синайский кодекс – теперь в Интернете// Восточные сказки Ярославы Таньковой// Задай перцу!// Все, что вы хотели знать о египетских специях// Что общего между христианством и Древним Египтом?// Мои египетские университеты// Почему люди боятся числа 13?// Магический закон// Николай Фоменко готовится к свадьбе// «Господин президент, защитите меня от этого чудовища!»// Олимпийские козыри России// Кроме того, в газете имеется специальная детская страница: Ерошкина полянка // По волнам под парусом»// Замок из песка// Пляж – большая песочница// Водоросли запутались (остальные публикации номера - это прямая или косвенная реклама).

Сравнив даже простую выборку заголовков можно с уверенностью утверждать, что в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург» преобладают заголовки деструктивной направленности, репрезентирующие смыслы «борьба», «война», «столкновение», «разрушение», «противостояние», о чем свидетельствует лексическое наполнение высказываний: «жестко разобраться», «разогнали панк-молебен», «слава Герострата», «соились стенка на стенку», «выпорол шестиклассницу», «голодают рабочие», «запретная зона», «военные», «перевернутый автобус», «бойцы ОМОНа», «бьются за абитуриентов», «Губернаторскую грядку проположили», «запускают войну», «Я взяла с дороги камень и ударила в стекло «газели», «попал под суд», «побороться с фонограммой», «умер режиссер». Заголовки, не репрезентирующие деструктивных смыслов, относятся к рубрикам «Спорт» и «Клуб

любопытных». В целом СЗТ в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург» отражает достаточно актуальную для современных СМИ тенденцию – нарастание агрессивности прессы, ср.: «Концентрация «агрессивной лексики» в текстах современных СМИ служит подтверждением нарастания агрессивности в обществе, превращения ее в один из способов мышления о мире» [Власова 2004:191].

В свою очередь, заголовки в газете «Комсомольская правда в Египте» репрезентируют, по крайней мере, три группы деструктивных и конструктивных смыслов:

Смыслы «разрушение, борьба, противостояние, страх»: *«Схвачен самый ненавистный Западу серб», «Российские бомбардировщики облюбовали Кубу», «отдыхать без русских», «закрыли иранский телеканал», «Машина свалилась с паромы и утонула в Ниле», «Даже местная полиция в шоке от беспорядка на дорогах», «крупная дорожная авария», «бояться числа 13», «защитите меня от этого чудовища».*

Смыслы «согласие, сотрудничество, взаимодействие»: *«Свадьба, или главное событие в жизни египтян», «привет от Фиделя», «Китайцы получают российские острова на Амуре», «удовлетворены уровнем взаимодействия», «обсуждают сотрудничество», «поддержали инициативу АРЕ», «Синайский кодекс – теперь в Интернете», «Что общего между христианством и Древним Египтом?», «Николай Фоменко готовится к свадьбе».*

Третья группа заголовков – это высказывания, отрицающие деструктивные явления (конфликты, противостояние), или в косвенной форме утверждающие идею взаимодействия народов России и Египта:

*Отрицание деструктивных явлений: *«Страна, желающая посорить Россию с Китаем, называется на три буквы»; «Стоит ли война за бабло войны между народами?»; «Семья Ющенко не хотела, чтобы я с ними говорила по-русски».*

*Косвенное утверждение взаимодействия между народами: *«Восточные сказки Ярославль Таньковой: «Мои египетские университеты».* Интересен заголовок *«Задай перцу. Все, что вы хотели знать о египетских специях»* (значение фраземы «задать перцу» - «сильно распекасть, ругать кого-либо, чувствуя свою си-

лу» - переосмысливается путем введения подзаголовка *«Все, что вы хотели знать о египетских специях»* и получает в контексте значение, близкое к «добавь в еду перцу», «положи в еду перец или иную восточную пряность».

Таким образом, речевая агрессия в СЗТ газеты «Комсомольская правда в Египте» проявляется значительно в меньшей степени, чем в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург» и сочетается с утверждением системы позитивных ценностей. Стремление авторского коллектива к межнациональному диалогу, сотрудничеству, взаимопониманию позволяет охарактеризовать общую модальность «Комсомольской правды в Египте» как аксиологическую, имеющую в основе солидарность, кооперацию. Заметим, что трактовка понятия «аксиологическая модальность», данная относительно диалогических жанров разговорной речи, вполне, на наш взгляд, приложима и к СМИ, которые диалогичны по своей сути: «При обмене мнениями по каким-либо вопросам участники выражают свою точку зрения, руководствуясь социокультурными стереотипами, выработанными веками приоритетами и ценностными ориентирами, общечеловеческими истинами и нормами жизни. Поэтому данный вид диалогической модальности можно назвать аксиологической» [Лазуткина 1998:83].

Перейдем к следующему компоненту двух изданий – заголовочному комплексу. Заголовочный комплекс – это достаточно сложная многокомпонентная система, в которую факультативно входят:

- «- тематическое название полосы...;
- рубрика (предваряет конкретную публикацию);
- подзаголовок...;
- внутренние заголовки (журналисты иногда называют их главками);
- шапка (заголовок в верхней части 1 полосы, набранный крупным кеглем);
- лид (лид в качестве элемента ЗК рассматривается в случае его шрифтового выделения и возможной композиционной обособленности от текста);
- предтексты (к ним относятся эпиграфы, посвящения, анонсы);
- вставки (врезки в текст, имеющие обычно графическое выделение);

- подписи к фотографиям.

В состав ЗК включают также иногда подпись» [Прохорова 2005:14-15].

Сравним два заголовочных комплекса публикаций газет «Комсомольская правда. Екатеринбург» и «Комсомольская правда в Египте», анонсированных на первой полосе (публикации номера).

***«Комсомольская правда. Екатеринбург»** (автор публикации – Андрей Горбунов):

Рубрика: *«Картина дня: Екатеринбург»*.

Заголовок (цитата из высказывания Татьяны Мерзляковой): *«Путин пообещал жестко разобраться с заводами-банкротами»*.

Лид: *Уполномоченный по правам человека в Свердловской области при встрече рассказала российскому президенту о проблемах наших предприятий*.

Подпись к фотографии: *«В июле Татьяну Мерзлякову наградили статуэткой за сохранение семейных ценностей. Теперь она борется за права заводчан»*.

На этой же странице дана дополняющая основной материал публикация Елены Панкратьевой *«На Урале снова голодают рабочие»*:

Анонс: *«Акция протеста»*.

Заголовок: *«На Урале снова голодают рабочие»*

Лид: *Только после шумихи следователи возбудили уголовное дело и прокуратура начала проверять завод «Амур» в Новоуральске*.

Послетекстовый комментарий: *«Звонок в министерство»*.

В ЗК основной публикации речевая агрессия прослеживается вполне отчетливо. По К.Ф. Седову, речевая агрессия реализуется посредством ряда коммуникативных тактик – это тактики угрозы, инвективы (оскорбления), возмущения, обвинения, упрека, колкости, насмешки, демонстрации обиды, угрожающего молчания [Горелов, Седов 2001: 161-176]. В нашем случае заголовок первой публикации как центральная часть ЗК репрезентирует не только агрессивную стратегию, но и способ ее конкретной реализации – «тактику угрозы»: *«пообещал жестко разобраться»*. Остальные компоненты ЗК обеих публикаций выполняют фоновую роль в соответствующем содержательно-модальном ключе: *«проблемы российских предприятий», «борется за права заводчан», «акция протеста», «голодают рабочие», «следователи возбудили уголовное дело и прокуратура начала проверять завод»*.

***«Комсомольская правда в Египте»** (автор публикации – Ирина Ачеби).

Рубрика: *«А как у них?»*

Заголовок: *«Ах, эта свадьба, свадьба...»*

Подзаголовок: *«или главное событие в жизни египтян»*

Лид: *Женитьба в Египте – это длительный интригующий процесс, в котором очень заметно типичное для страны смешение традиций: европейских, новоегипетских и древних арабских. И поэтому вся цепочка событий, предшествующих свадьбе и последующих, остается самым ярким моментом в жизни египтян.*

Внутренние заголовки (главки): *«Знакомство»; «Приготовление к свадьбе»; «Официальная регистрация брака»; «Медовый месяц».*

Вставки (имеют графическое выделение):

**Собственно говоря, само обручение хотя и означает договор о свадьбе в будущем, все же не настолько серьезно, и вопрос о женитьбе еще не решен окончательно.*

**Свадебные торжества у малообеспеченных состоят из трех дней.*

**Преимущественно в сельской местности, где до сих пор живы традиции и устои, проводится осмотр простыней.*

**Это интересно (сведения о брачном возрасте, свадебном сезоне, аренде свадебных нарядов).*

**На заметку. Развод по-египетски.*

Подписи под фотографиями:

**Свадьба в Египте – сплошные песни и танцы.*

**Родственницы жениха и невесты на девичнике.*

**Невеста Фатма из губернии Кена в первый день свадьбы. На ней розовое платье.*

**Молодожены. Во второй день свадьбы невеста должна быть в белом.*

**Самый минимальный набор золотых украшений, который составляет «шабку» небогатой невесты.*

Мы видим, что в ЗК анонсированной публикации номера отсутствует даже намек на речевую агрессию. Более того, в тек-

стовой ткани заголовка реализуется кооперативная стратегия взаимодействия: цитата из известной российской песни (*«Ах, эта свадьба, свадьба, свадьба пела и плясала»*) совмещается с выражением *«главное событие в жизни египтян»*, что способствует достижению эффекта единой значимости этого события в жизни народов двух разных национальностей. Фоновую роль с целью поддержки кооперативной стратегии играет в данном случае лид, в котором говорится о смешении традиций – *«европейских, ново-египетских и древних арабских»*.

Наконец, различия между двумя изданиями проявляются и в самой текстовой ткани, например в оценочном характере аллюзий. Мы разделяем мнение О.В. Платоновой и С.И. Виноградова о том, что в газетных текстах используются следующие разновидности литературной аллюзии: «1) Литературные цитаты-реминисценции, имена персонажей, названия произведений...; 2) Видоизмененные высказывания ученых, политиков, деятелей культуры...; 3) Библеизмы...; 4) Цитаты, в том числе трансформированные...5) Измененные названия теле- и видеофильмов, фразы из популярных фильмов и телепрограмм, рекламы...; 6) Трансформированные крылатые выражения...; 7) Названия живописных полотен, скульптур и других произведений искусства» [Платонова, Виноградов 1998:275].

В ЗК газеты «Комсомольская правда. Екатеринбург» есть 3 таких аллюзии: *«Слава Герострата»* (отсылка к факту сожжения Геростратом храма Артемиды с целью прославиться), *«Небесный круглоход»* (отсылка к советскому фильму «Небесный тихоход») и *«Прощай, накопительная пенсия?»* (отсылка к роману Э. Хемингуэя «Прощай, оружие!»). Две из них (*«Слава Герострата»* и *«Прощай, накопительная пенсия?»*) формируют у читателя негативно-оценочные ассоциации, связанные с разрушением, оружием, войной, деструктивными явлениями.

В газете «Комсомольская правда в Египте» есть отсылки к известной песне (*«Ах, эта свадьба, свадьба, свадьба...»*), к кинофильму «Мимино» (*«Настоящий мужчина всегда хочет Ларису Ивановну»*), к типовому названию сборника *«Восточные сказки»* и к повести М. Горького (*«Мои египетские университеты»* - *«Мои университеты»*). Ни одна из этих аллюзий не вызывает у читателя негативных или иронических ассоциаций даже через

прагматическую рамку высказывания. Так, например, заголовок *«Мои египетские университеты»* при соответствующем содержании текста публикации может содержать негативно-оценочный или иронический подтекст, однако в публикации, посвященной спасению туристов с кораллового рифа, нет даже намека на последнее, ср., финальную часть текста:

«Мы стали расспрашивать команду, что это был за египтянин, как его зовут, откуда, как его найти. Они нам ответили: «Кажется, его зовут Эхаб».

«А как нам его найти?» - взволнованно спрашивали мы.

Но нам не дали четкого ответа. Вот до сих пор мы ездим на острова, вспоминаем этот случай и надеемся встретить нашего спасителя – крепкого, смелого египетского парня».

Разумеется, представленный материал далеко не в полной мере дает возможность судить о базовых ценностях газетно-журнального межнационального дискурса. Однако сравнение с внутринациональным дискурсом все же дает нам известную возможность наметить тенденции в системе ценностей, актуализируемых межнациональными изданиями. По сравнению с газетным внутринациональным дискурсом, межнациональный дискурс характеризуется:

- большей конструктивной направленностью публикаций;
- преобладанием позитивной оценочности, которая репрезентируется и в содержании заголовков, и в лексической организации высказывания;
- большей степенью аксиоматичности (следования общечеловеческим нормам, ценностям, традициям, и в первую очередь – ценностям, связанным с человеческим взаимодействием, кооперацией);
- пониженной степенью речевой агрессии, используемой журналистами как средство воздействия на адресата.

Идеологическая позиция *«Комсомольской правды в Египте»* - отражение в публикациях любви к Египту - наиболее четко представлена, на наш взгляд, в рубрике *«Наши конкурсы»*, ср.:

Судьбы многих известных людей пересекались с Египтом. И каждый из них по-своему старался запечатлеть краски и звуки этой удивительной страны. В нашей рубрике – Египет глазами поэтов, писателей, художников, фотографов.

Но и вам, уважаемые читатели, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ РАССКАЗАТЬ СВОЮ «ИСТОРИЮ ЛЮБВИ» С ЕГИПТОМ. Для кого-то он стал второй родиной. Кого-то притягивает словно магнит... Одним словом, делитесь с нами впечатлениями, эмоциями, наблюдениями.

Думается, что многим современным российским изданиям есть чему учиться у «Комсомольской правды в Египте» - первой русской газете в Африке, которая, как мы очень надеемся, не останется единственной для русскоязычного читателя во время его пребывания в этой части света.

ЛИТЕРАТУРА

1. Власова Е.В. Речевая агрессия как одно из выражений власти в СМИ // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 4. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – С. 190-195.
2. Лазарева Э.А. Заглавие и начало газетного текста // Слово в системных отношениях на разных уровнях языка. – Свердловск: Изд-во Свердл. пед. ин-та, 1989. – С. 139-151.
3. Лазуткина Е.М. Жанры речевого общения // Культура русской речи. – М.: Норма-Инфра, 1998. – С. 83-89.
4. Платонова О.В., Виноградов С.И. Средства речевой выразительности // культура русской речи. – М.: Норма-Инфра, 1998. – С. 264-279.
5. Прохорова К.В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности. – СПб: СПбГУ, 2005. – 80с.
6. Прохорова К.В. Совокупный заголовочный текст // Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект. – СПб: СПбГУ, 2007. – С.179-202.
7. Чемезова И.А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке. – АКД: Ек-г, 2008. – 24с.

7. ЦЕЛИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

ДЕИДЕОЛОГИЗАЦИЯ ФАРШИРОВАННОЙ РЫБЫ,
ИЛИ МОДИФИКАЦИЯ ПРЕСУППОЗИЦИЙ

В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ КУЛИНАРНОМ ДИСКУРСЕ

Речевые цели (намерения, интенции) являются важнейшим компонентом любой речевой ситуации. Мы можем вступать в общение в рамках конкретной речевой ситуации, имея целью убедить собеседника, изменить его картину мира, информировать его, установить с ним контакт, рассмешить, расслабить, успокоить, побудить к действию и т.д. Однако для феномена «дискурс» интенциональная составляющая не менее важна, чем для речевой ситуации. Целью говорящего, является «тот результат, который он, сознательно или неосознанно, хочет получить от своей речи» [Михальская 1996:54], дискурсивная же цель более сложна и, как правило, включает в себя несколько интенций.

Основной целью межнационального дискурса является установление диалога между представителями двух/нескольких национальностей, двух/нескольких культур. Однако на практике дело обстоит не так однозначно. С одной стороны, взаимодействие в рамках той или иной разновидности межнационального дискурса может предполагать реализацию конфронтационной интенции, ведущей к разного рода проявлениям агрессии, конфликтам, ин-групповому фаворитизму. С другой стороны, как бы ни складывались в тот или иной момент отношения между двумя государствами, в дискурсе, как правило, реализуются кооперационная интенция, направленная на установление взаимодействия, взаимопонимания, сотрудничества между людьми и государствами, а также на соблюдения принципов толерантности и политкорректности.

В любой разновидности межнационального дискурса эти две основные интенции – конфронтационная и кооперационная – могут быть реализованы в разном соотношении. Однако в межнациональном и в межгосударственном общении достаточно сильна и третья интенциональная составляющая – модификационная, связанная с желанием адресанта изменить коммуникативное поведение адресата, его миропонимание и мироощущение, его взгляды на историю страны, ее культуру, иными словами – его пресуппозиции. Контрастивное описание русского и американского коммуникативного поведения, сделанное Ю.Е. Прохоровым и И.А. Стерниным, свидетельствует о том, что стремление к модификации картины мира собеседника у русских заметное, а у американцев – отсутствует [Прохоров, Стернин 2007: 248]. Мы полностью

согласны с данным выводом – его подтверждают не только личные наблюдения, но и тексты, написанные в таком неоднозначном жанре, как «Взгляд из-за границы» (на другую страну, людей иной национальности). Американцы, как правило, не позволяют себе попыток модифицировать или резко осуждать коммуникативное поведение иностранца – они лишь дают советы соотечественникам, рекомендуя им те или иные формы поведения в чужой стране. Это связано, как мы считаем, с достаточно последовательным соблюдением американцами известнейших коммуникативных постулатов Пола Грайса: *«Твое высказывание не должно содержать меньше информации, чем требуется»*, *«Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется»*. *«Не отклоняйся от темы»*, *«Выражайся ясно»*, *«Будь краток»* и др.

Но несколько иначе обстоит дело с нашими бывшими соотечественниками, ныне живущими в США или в Европе. Как было отмечено выше, у русских стремление к регулятивности (возможной модификации поведения собеседника) высокое [Прохоров, Стернин 2007: 239]. И таким же оно, по нашим наблюдениям, осталось и у россиян, сменивших страну жительства, о чем свидетельствуют их тексты, написанные на русском языке ДЛЯ россиян и О россиянах. В этих текстах стремление к модификации картины мира современного россиянина прослеживается достаточно отчетливо, а способы модификаций связаны, прежде всего, с идеологической составляющей советской действительности.

В связи с этим необходимо уточнить ключевые для данной статьи понятия «пресуппозиция» и «деидеологизирующая интенция». «Прагматические пресуппозиции – это тот набор пропозиций, фактов, который, по расчетам говорящего известен собеседнику, входит в его систему знаний... Пресуппозиции очень важны – именно они обеспечивают связность и последовательность коммуникации: ведь всякую новую информацию мы должны привязать к чему-то хорошо известному» [Калинина 2004:94-95]. В свою очередь, под деидеологизирующей интенцией применительно к материалу данной статьи мы понимаем желание, намерение русскоязычных авторов, живущих ныне в США, модифицировать пресуппозиции адресата, то есть тот набор фактов, суждений и представлений, который сложился у россиянина в советскую эпоху. Цель же данной статьи определяется желанием ее автора, мак-

симально абстрагируясь от собственно идеологической сферы, ПОКАЗАТЬ ТЕКСТОВЫЕ СПОСОБЫ ДЕИДЕОЛОГИЗАЦИИ ПРЕСУППОЗИЦИЙ, ТО ЕСТЬ РЕЧЕВЫЕ ПРИЕМЫ «СНЯТИЯ» ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА, ЗАКРЕПИВШЕГОСЯ В СОЗНАНИИ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО АДРЕСАТА. Мы сознательно не обратились к политическим текстам, по определению несущим высокую идеологическую нагрузку. В качестве иллюстраций взяты тексты, имеющие бытовую (кулинарную) направленность с целью показать, что даже далекие от политики и экономики сферы общения могут при межнациональной коммуникации служить для воплощения регулятивной (деидеологизирующей) интенции их авторов.

На любую национальную коммуникацию влияет целый комплекс факторов: «Значительное воздействие на коммуникативный процесс оказывают социокультурные условия общения, которые можно представить как совокупность социальных, идеологических, правовых, экономических особенностей жизни данного этноса или социума» [Виноградов 1996:146]. Сказанное, как мы считаем, можно с полным правом отнести не только к настоящему, но и к прошлому, которое в значительной мере сформировало пресуппозиции и автора, и адресата сообщения.

«Кулинарные пресуппозиции» россиянина второй половины 20 века во многом сложились под влиянием неоднократно издаваемой в СССР «Книги о вкусной и здоровой пище» (первое издание – 1952 г, иллюстрации в данной статье – по незначительно исправленному изданию 1954 года). Это издание, на наш взгляд достаточно удачное для того времени и научно обоснованное (рассмотрено и одобрено Институтом питания Академии медицинских наук Союза ССР), было тем не менее абсолютно идеологизированным. Следует, однако, заметить, что идеологизация «Книги» касается не содержания приведенных в ней рецептов, а ее предтекста (предисловия), некоторых статей, корпуса продуктов питания и корпуса рецептов, а также визуального ряда, отражающего предпочтения сталинской эпохи и тогдашние установки СМИ. Во-первых, идеологизация была осуществлена посредством центральных оппозиций текста: в СССР – и за границей (вариант: советское и зарубежное); в СССР (социалистическая страна) – и в капиталистических странах; в СССР – и в старой России; буржуазия и народ, например:

В старой России буржуа и дворяне воспитывали у народа вкус к сивухе из «монопольки», что соответствовало отсталой экономике той эпохи и было выгодно правящим буржуазно-помещичьим классам. Для себя же русская буржуазия и помещики ввозили вина из-за границы, щеголяя утонченными и изысканными вкусами и приверженностью к французским виноградным винам и шампанскому, к заграничным коллекционным старым коньякам. Мы же хотим теперь воспитать у всего народа вкус к отличным отечественным виноградным винам, к прекрасному советскому шампанскому, к превосходным советским коньякам.

Во-вторых, основным концептом «Книги» является концепт «Изобилие», восходящий к известному высказыванию Сталина: «Жить стало лучше, жить стало веселее».

В-третьих, идеологизация «Книги» достигнута большим количеством идеологем, то есть «языковых единиц, семантика которых покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический» [Купина 2000: 183]. К идеологемам первого типа относятся прецедентные имена и названия: *В.И. Ленин, И. В. Сталин, А. Микоян, Коммунистическая партия, Советское правительство, Центральный Комитет нашей партии, сессия Верховного Совета Союза ССР, пленум Центрального Комитета Коммунистической Партии Советского Союза, а также лексемы «социализм», «коммунизм» и «капитализм».*

К идеологемам второго типа можно отнести идеологизированные советские газетизмы, во множестве использованные в тексте «Книги»: *исторический съезд, исторические решения советского правительства, годы советской власти, материальное благосостояние всех советских людей, улучшение материально-бытовых условий жизни населения, рост благосостояния трудящихся, крутой и всесторонний подъем благосостояния нашего народа, непрерывно растущее экономическое могущество нашей Родины, интересы народа, экономические законы капитализма и социализма, освобождение женщины от тяжелой работы в домашнем хозяйстве, советские женщины, женщины работницы и труженицы наших социалистических полей, тяжелая и неблагоприятная работа на кухне, укрепление здоровья советского челове-*

ка, революционная ломка отсталых привычек и навыков, волчьи законы капитализма, освобождение от оков и гнета капитализма, ставить на службу народу, неисчерпаемые природные богатства нашей Родины, осуществление очень больших и ответственных задач, ср. фрагмент, полностью состоящий из газетизмов:

С каждым днем богаче и краше становится наша цветущая Родина, идущая в авангарде борьбы передового человечества за мир и безопасность всех народов.

В-четвертых, идеологизация «Книги» осуществлена через актуализацию фрейма «производство», и прежде всего – «промышленное производство»: *социалистическое производство, передовая, мощная, технически совершенная тяжелая индустрия, курс на индустриализацию страны, промышленная продукция, социалистическое сельское хозяйство, годы пятилеток, предвоенные пятилетки, послевоенные пятилетки, производительность труда, выполнение качественных и количественных заданий пятилетнего плана, дальнейший рост и подъем всего народного хозяйства и т.д.* Как следствие – кодовые «конвенции», связанные с промышленным производством и знакомые подавляющему большинству советских людей, переносятся в тексте книги и на потребительскую сферу. Информация о продуктах питания подается не только в ключе их потребления, но прежде всего в ключе их производства. Коллективный автор «Книги» подходит к репрезентации кулинарных процессов через процессы производственные, опираясь на устоявшиеся в годы пятилеток пресуппозиции адресата: *производство предметов народного потребления, объем производства предметов потребления, промышленность продовольственных товаров, фабрики и заводы, производящие продовольственные товары, пищевые предприятия, на предприятиях внедряются непрерывные процессы производства при полной механизации труда и автоматизации управления и контроля, дальнейшее техническое перевооружение и совершенствование пищевых фабрик и заводов, сеть предприятий общественного питания, форсированное производство предметов народного потребления, сырьевые ресурсы действующих и вновь создаваемых про-*

изводственных предприятий, ср., например, высказывания без купюр:

**Наша советская фабрика пищевых продуктов – индустриальное предприятие, оснащенное передовой, самой совершенной техникой и размещенное в просторных корпусах.*

**Перестройка (мелкого домашнего хозяйства. – Н.Р.) началась у нас в предвоенные пятилетки и успешно продолжается в настоящее время.*

В-пятых, идеологический компонент «Книги» актуализируется посредством широкого использования фигуры умолчания – на фоне борьбы с космополитизмом в «Книге», по сути, нет упоминаний о зарубежной кухне, о зарубежных продуктах, винах, пряностях и т.д. – представлено лишь то, что готовится, добывается, производится, произрастает в республиках СССР. Так, в разделе «Пиво» нет даже упоминания о знаменитом чешском пиве – читатель «Книги» получает информацию лишь о российском ассортименте:

Заводы Главного управления пивоваренной промышленности (Главпиво) вырабатывают пиво в разнообразном ассортименте светлых («Жигулевское», «Рижское», «Московское», «Ленинградское») и темных сортов («Украинское», «Портер», «Карамельное», «Бархатное», «Мартовское»).

В-шестых, идеологизация текста «Книги» достигается посредством организации ее речевой ткани, где преобладают категорические, догматические инструктивные высказывания (коллективный автор книги полностью доминирует, общее для автора и адресата текстовое пространство не создается, отсутствуют апеллятивы и иные средства диалогизации монолога и установления контакта с читателем и др.), ср., категорично-догматичные формы высказываний в разделе «Выбор блюд для обеда и ужина»: *надо/нужно (учитывать, отводить), следует/не следует (питаться, принимать пищу, заменить что? на что?), должен быть (сытным, легким и др.), целесообразно, обязательно, рекомендуется*, а также инфинитивные высказывания, усиливающие категоричность требования, например: *«Меню обязательно разнообразить»*. Самой мягкой формой инструкции является выражение *«можно рекомендовать (на обед, ужин и др.)»*.

Наконец, в-седьмых, вклад в идеологизацию «Книги» внес и визуальный ряд. В ней размещены не только фотографии продуктов и приготовленных из них блюд, но и процессы – изображения социалистических тружеников пищевой индустрии и условий их труда. Приведем некоторые подписи к фотографиям: *«На консервном заводе. Линия зеленого горошка»*; *«На мясокомбинате»*, *«На Угличском сырodelьном заводе. Наполнение молоком сырной ванны»*, *«На маргариновом заводе»*, *«На хлебозаводе»*, *«На чайной плантации»*, *«На сахарно-рафинадном заводе»*, *«Сбор чая»*, *«Электродойка»*, *«В заводской лаборатории»*, *«Укупорка (закатка) банок»*, *«В жестянобаночном цехе консервного завода»*, *«Подвесная дорога на добыче соли»*, *«Элеватор»*, *«Икорный цех Банковского рыбокомбината им. С.М. Кирова (Азербайджанская ССР)»*, *«На рыбном промысле»*, *«На морском рыболовном судне»*, *«Вяление рыбы»*, *«На конвейере – концентрат «Перловая каша»*, *«Закрытый конвейер хлебозавода»*, *«Бисквитная печь кондитерской фабрики»* и др.

В целом в тексте «Книги» было сделано все, чтобы кулинарные сведения сопровождались идеологической информацией:

Под руководством нашей славной Коммунистической партии, ее Центрального Комитета и Советского правительства народы нашей необъятной и могучей социалистической Родины в радостном, героическом и творческом труде воздвигают величественное здание коммунизма, претворяя в жизнь многовековую мечту человечества о построении коммунистического общества, об изобильной, счастливой и радостной жизни.

Именно этот идеологизированный компонент российской кулинарии до сих пор пытаются деидеологизировать (модифицировать) авторы, выросшие в России и живущие сейчас в США. Нами выявлены несколько способов модификации, направленной на «снятие» с кулинарных пресуппозиций сегодняшних россиян идеологического компонента. Это: РАЗВЕНЧАНИЕ МИФОВ, СОЗДАНИЕ НОВЫХ МИФОВ, ПРЯМЫЕ ИЛИ МЕТАФОРИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ НА СОВЕТСКУЮ ИДЕОЛОГИЮ, ИРОНИЯ, ТРАНСФОР-

МАЦИЯ ЖАНРОВО-СТИЛЕВЫХ РАМОК И, НАКОНЕЦ, ВУЛЬГАРИЗАЦИЯ, ОГРУБЛЕНИЕ.

1. **«Развенчание мифа»**, то есть «приписанного знаку смысла, несущего в себе идеологию социальных отношений» [Калинина 2004: 92]. Так, Анна Бремзен, бывшая москвичка, живущая сейчас в США, кулинарный авторитет Америки, автор пяти поваренных книг, закончившая к настоящему времени книгу по советской кулинарной истории, в беседе с А. Генисом на радиостанции «Радио Свобода» и в других СМИ развенчивает мифы о «лучшем в мире русском мороженом» и «микояновской котлете»:

****На самом деле мороженое привез из Америки Микоян. Не мороженое, а технологию массовую. То есть вся эта массовая продукция советская, это все было привезено Микояном в 1938 году.***

****Пожалуй, самое удивительное для меня было, что все наши ностальгические, вспоминая Пруста, «Мадленки» советские, все это было привезено Микояном из Америки. Даже наша советская любимая микояновская котлета за 6 копеек. Микоян поехал в Америку, увидел гамбургер, это его совершенно поразило. И он решил, что такое можно запустить в России. Они даже грили привезли для гамбургеров, и булочки собирались делать. Но помешала война. Поэтому осталась такая масс-индустриализованная котлета, которая по пути в СССР утратила булочку. Я позвонила маме и говорю: «Мама, оказывается, наша микояновская котлета это, на самом деле, гамбургер, который потерял булку»*** (<http://www.svobodanews.ru/content/transcript/24761921.html>)

****Важно, что все продукты, которые мы хорошо знаем – всякие мороженые пельмени, знаменитое советское мороженое, которым мы так гордились, все это Микоян тоже привез из Америки*** (<http://www.svobodanews.ru/content/transcript/24761897.html>)

2. **Создание новых мифов: «Русская история – она история, а советская – это о том, как идеология, политика, страдания человека, голод, война, аресты, как все это связано с тем, как люди ели, как они жили. Это о быте»** (<http://www.svobodanews.ru/content/transcript/24761921.html>)

3. **Прямая или метафорическая деидеологизация**, то есть указания на идеологизированный характер советской кулинарии, ср. высказывания Анны Бремзен в беседе с А. Генисом:

**Для меня еда, скорее, это метафора того, как мы глотали идеологию.*

**Конечно, все эти микояновские котлеты, все эти рецепты из «Книги о вкусной и здоровой пище». Можно ли представить себе более идеологизированную поваренную книгу? Так что все, что ели, это либо метафорически, либо буквально было поглощение какой-то идеологии и политики. Не было неполизированной еды* ([http://www.svobodanews.ru /content/transcript/ 24761921.html](http://www.svobodanews.ru/content/transcript/24761921.html))

4. **Ирония**, репрезентируемая через подробности быта, детали, иронический комментарий. Так, П. Вайль, известный эссеист, соавтор «Русской кухни в изгнании», в эссе о русской поэзии XX века включает деталь (кофемолку) в дискредитирующий контекст, актуализирующий иронические коннотации, связанные с советским бытом:

**Подношение подарков продолжалось. Вазы чешского хрусталя, стриженные ковры, кастрюли. Моряк, выждав паузу, вынул из-под стола красную кофемолку. Все бросились смотреть, из кучи-малы слышались сдавленные крики: «Умеют же, как умеют», «Вот одну на кухне поставить – и ничего не надо!», «Постой, она ж не на двести двадцать!», «А трансформатор, а трансформатор, у меня дома есть, сейчас принесу!» (Эссе «Пожарная тревога»).*

Другой пример – ирония, репрезентируемая деталями и окказиональной формой множественного числа:

На столах обильно разложились изделия сельской кулинарии – пироги, кулебяки, ЖИРНЫЕ МЯСА, горы цыплят. С огородов Зайчика – картошка, помидоры, капуста, пучки сельдерея. В графинах – закрашенная черным бальзамом водка (Там же).

Еще один пример – иронический комментарий недостатка продуктов в советское время:

... Володька Силин из заготовительного цеха пришел в нашу бытовку грузчиков и отвел меня в сторону: «Банкет у

меня сегодня, двадцать пять лет. Всех не зову, сам понимаешь. Держи адрес. В семь часов, а я побежал, мне на Матвеевском сардельки отложили». На столе были не только сардельки, но даже сардины» (Эссе «Бездомность»).

Несмотря на ностальгическую тональность фрагмента (далее идет описание комнаты Володьки Силина), общая интонация эссе «Бездомность» - даже не ироническая, а саркастическая. Бытовые подробности, и тем более авторский комментарий, ориентированы на модификацию в сознании читателей идеологизированных представлений обо всех сторонах советской действительности, например: *Позитивистское мышление требовало «научного» обоснования и гигиены, и эстетики*. Кавычки, в которые заключено слово «научные», придают высказыванию П. Вайля противоположный смысл («псевдонаучное обоснование»), поддерживаемый последующей фразой: *Инструктивные книги обосновывали то, что было, кажется, и так ясно (Там же)*.

Возможны также попытки деидеологизировать пресуппозиции адресата ироническими аллюзиями. Так, в «Книге о вкусной и здоровой пище» приготовление пищи представлено как «тяжелая и неблагоприятная работа на кухне», от которой женщины хотят освободиться, не желая тратить свое время «на многочасовое пребывание у кухонной плиты или печки». В свою очередь, известный эссеист и писатель А. Генис доводит это и подобные высказывания до абсурда путем иронического комментария и отсылки к тексту брошюры революционных лет:

Чтобы обезопасить кухню, нужно сделать ее фабрикой, превратить в цех, попутно приняв освобожденную женщину в братство товарищей, ибо, как я вычитал в брошюре того революционного времени, «кухня уродует тело и душу женщины – ржавеет она на кухне и только» (<http://www.snob.ru/selected/entry/14488>).

Деидеологизирующую функцию выполняет и ироническая интерпретация прецедентных имен и прецедентных текстов, известных не одному поколению россиян:

**В Москве на Никольской в ресторане «Дрова» из громкоговорителя левитановский тембр: «Все сокровища мировой кулинарии» (П. Вайль «На самом деле»)*. Это ироническая отсылка к знаменитому диктору Левитану, читавшему сводки военного

времени, которые люди, затаив дыхание, слушали у громкоговорителей: «Говорит Москва! От советского Информбюро...».

**Кухня считалась очагом «мелкобуржуазной» опасности, религии и суеверий. Поэтому герой романа «Как закалялась сталь» Павка Корчагин произносит свои знаменитые, заучиваемые поколениями школьников слова «Жизнь дается человеку один раз» сразу после того, как он отказался есть вареники в доме своего брата, погрязшего в быте, «как жук в навозе» (А. Генис. <http://www.snob.ru/selected/entry/14488>). Это, в свою очередь, аппликация известнейшего высказывания из книги Н. Островского в сниженный иронический контекст.*

5. Трансформация жанрово-стилистических рамок кулинарного рецепта.

Приведем в качестве иллюстрации рецепт фаршированной рыбы из «Книги о вкусной и здоровой пище», который почти полностью идентичен рецепту А. Гениса, выдаваемому за огромную редкость: *«Настоящую фаршированную рыбу пора заносить в кулинарную «Красную книгу» и беречь, как уссурийского тигра, ибо о ней уже почти ничего не известно. Остались только смутные слухи: где-то на дальнем востоке Нью-Йорка, между Атлантическим океаном и бруклинским сабвэем, еще живут люди, которые помнят аутентичную – восточноевропейскую рыбу, начиненную самой собой»* (<http://www.snob.ru/selected/entry/9734>). Приведенные ниже тексты позволяют проследить смену жанровой формы и стиля текста (от рецепта-инструкции в «Книге о вкусной и здоровой пище» до рецепта-истории, рецепта-байки, предложенного А. Генисом), при почти полном сохранении содержания.

РЫБА ФАРШИРОВАННАЯ

Рыбу очистить от чешуи, отрезать голову и, не разрезая брюшка, вынуть внутренности; удалить из головы жабры, промыть холодной водой и нарезать рыбу поперечными кусками.

Из каждого кусочка рыбы вырезать мякоть, не повредив кожи. Для приготовления фарша вырезанную мякоть вместе с луком и хлебом, замоченным в воде и отжатым, пропустить через мясорубку. В фарш прибавить сырое яйцо, сахар, растительное масло, перец, соль и все тщательно перемешать.

Приготовленным фаршем заполнить куски рыбы в тех местах, где была вырезана мякоть, и сравнять ножом, смоченным в воде.

На дно кастрюли положить нарезанные кружочками свеклу и морковь, а также тщательно промытую луковую шелуху.

Поверх овощей поместить фаршированные куски рыбы, на которые положить еще слой овощей, потом опять рыбу и снова слой овощей. Рыбу с овощами залить холодной водой так, чтобы вода только покрыла их, и, закрыв кастрюлю, поставить варить на слабый огонь на 1½ - 2 часа, считая с момента закипания воды. И т.д. («Книга о вкусной и здоровой пище»).

СУДЬБА ФАРШИРОВАННОЙ РЫБЫ В АМЕРИКЕ

Сперва мы выпотрошили, не разрезая живота, могучие туши. Потом установили телефонную связь с Ближним Востоком и, как сионские мудрецы, принялись за дело, послушно выполняя указания из Тель-Авива. Труднее всего было вырезать из каждого кусочка мякоть, не повредив кожи. На этом обычно кончается терпение, но мы упрямо наскребли полведра жемчужного мяса без костей. (Собственно, из-за них фаршированная рыба вошла в иудейское меню: раввины разрешали есть ее по субботам, когда нельзя вынимать кости изо рта). Дальше в ход пошла мясорубка, конечно же ручная, в которой мы прокрутили рыбу с луком и булкой. Добавив сырые яйца, соль, перец, но не сахар, как это иногда и зря делают, мы стали заправлять фарш обратно в кожаные кармашки. С титаническим скульптором мы любовно вылепили каждый кусок, не исключая головы. Оглядев заваленную полуфабрикатом кухню, мы сообразили, что наделали лишнего, и поехали в магазин за новой кастрюлей армейского размера. Только в нее нам удалось уложить рыбу вместе со свеклой и морковкой и залить ее бульоном, подсунув марлевый мешочек с чешуей. И т.д. (<http://www.snob.ru/selected/entry/9734>)

«Судьба фаршированной рыбы в Америке» очень мало отличается от судьбы фаршированной рыбы в сталинском СССР. Отличается рыба - в Советском Союзе это были всем знакомые

сом, щука, лещ и карп, а в Америке – неизвестные в России «полосатые басы». Отличие есть и в некоторых деталях ее приготовления – в СССР рыбу заливали холодной водой, а в Америке – бульоном, в СССР в фарш рекомендовалось добавлять растительное масло, а на дно класть луковую шелуху; в Америке же растительного масла в фарш не кладут, а на дно кладут марлевый мешочек с чешуей.

Основные же текстовые отличия состоят, во-первых, в источниках информации. В СССР – это профессора Института питания Академии медицинских наук Союза СССР, некоторые из них являлись лауреатами Сталинской премии. В Америке же – это частный консультант, скорее всего, мама школьного приятеля, о чем говорится до рецепта-истории. Во-вторых, отличие состоит в жанрово-стилевом оформлении текста. Рецепт из «Книги» написан в рамках делового стиля и приближен к жанру инструкции. Он подробен, детализирован, однако не содержит побочных ассоциативных связей, авторского комментария, отступлений – иными словами, это типичный непрерывно-фабульный текст, не допускающий отклонения от темы речи. В свою очередь, текст А. Гениса – типичный прерывно-фабульный текст (отступления от темы, личные мнения, комментарии), приближенный по форме к разговорной речи. Это синкретичный жанр, повествующий о том, как А. Генис со школьным другом готовили фаршированную рыбу (приведенный фрагмент – лишь часть достаточно развернутой истории). В-третьих, отличия состоят в прагматической рамке текста. В «Книге» это коллективный автор (личностное начало в тексте неощутимо) и адресат – советский человек начала 50-х годов. В тексте же А. Гениса автор персонифицирован, а вот адресатом в условиях Интернет-общения может стать любой русскоязычный читатель. Наконец, это отличия в форме реализации интенции. Основная интенция рецепта – инструктирование. Однако в советской «Книге» инструктаж дан в полном соответствии с постулатами количества, качества, релевантности и способа, предложенными американским философом Полом Грайсом, а в тексте А. Гениса наблюдаются отступления от этих постулатов.

Сказанное нужно А. Генису в том числе и для того, чтобы модифицировать пресуппозиции русскоязычного адресата: потенциальный читатель не должен привязывать информацию к чему-то хорошо известному (в данном случае – к знаменитой «Книге»). Он

должен воспринимать сообщение как нечто новое или хорошо забытое старое, не имеющее отношения к идеологии советской эпохи.

6. Вульгаризация кулинарного рецепта.

Примером может служить публикация Анны Бремзен «Гефилте фиш» (<http://booknik.ru/colonnade/kulinar/gefilte-fish/>). Эта публикация близка к очерковой форме, в которой, кроме оригинального рецепта фаршированной рыбы, есть достаточно развернутый историко-культурный комментарий (происхождение блюда), автобиографический блок, а также блок идеологический. В свою очередь, деологизирующая интенция автора реализуется посредством размещения оригинального авторского рецепта фаршированной рыбы на фоне вульгаризованного, крайне огрубленного рецепта все из той же «Книги о вкусной и здоровой пище». В данном случае автор не просто деидеологизирует пресуппозиции адресата – он их дискредитирует:

Теперь я знала, что в русской гефилте фиш присутствуют кожа и кости, свекла, а также всякий МУСОР... Обычный русский и украинский способ – нарезать рыбу толстыми ломтями, отделить кости, мясо перемолоть с луком и морковью, затем заправить эту начинку обратно в кожу вокруг хребта. Фаршированные ломти кладутся в большую кастрюлю с рыбьими головами и остовами, добавляются морковь, свекла и лук, ЧАСТО НЕЧИЩЕННЫЕ. Все варится, пока не развариваются кости. ТАК ГОТОВЯТ СТАРУХИ, НО ЛИЧНО МЕНЯ ЭТОТ РЕЦЕПТ ПУГАЕТ

(<http://booknik.ru/colonnade/kulinar/gefilte-fish/>).

В советской «Книге о вкусной и здоровой пище» очень силен идеологический компонент, но, несмотря на это, информационно-прагматический компонент (технология приготовления вкусной и здоровой пищи), прописан очень точно и научно обоснованно. Однако о прагматическом компоненте «Книги» авторы, сменившие страну проживания, просто не упоминают (тактика умолчания), идеология же в их представлении должна быть иной. Отсюда проистекает стремление к модификации пресуппозиций адресата, детерминированное в ряде межнациональных дискурсов (политическом, культурном, образовательном и др.) важнейшей деидеологизирующей интенцией, определяющей и содержание, и форму, и дискурсивно-прагматическую рамку текстов. Сказанное

можно отнести и к литературно-критическому дискурсу (замена традиционных советских интерпретаций классических текстов на прямо противоположные), и к научному дискурсу (прием ломки устоявшихся стереотипов), и к иным межнациональным дискурсивным форматам.

В заключение хотелось бы заметить следующее. В научных исследованиях акцент делается, как правило, на репрезентации идеологического компонента в речи и тексте, однако изучение форм «снятия» идеологического компонента в сознании реципиента является не менее важной задачей, решение которой лежит на пересечении лингвопрагматики, дискурсивных исследований, психолингвистики, психологии восприятия и иных современных отраслей научного знания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайль П. Стихи про меня. – М.: Колибри, 2007. – 688 с.
2. Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи// Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 121-152.
3. Калинина Е.Ю. О семиотике средств массовой коммуникации (на основе концепции У. Эко) //Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ч.2. – М.: МГУ, 2004. – С. 84-96.
4. Купина Н.А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем //Русский язык сегодня. Вып. 1. – М.: 2000. – С. 28-37.
5. Михальская А.К. Основы риторики: Мысль и слово. – М.: Просвещение, 1996. – 416с.
6. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 328с.

8. ЖАНРОВЫЙ КОРПУС МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ПРОСПЕКТ

КАК ЖАНР МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

Традиционно слово «проспект» означало «торговый справочник с описанием товаров и их цен» [Словарь С.И. Ожегова 2007]. Однако с развитием таких сфер общественной деятельности, как связи с общественностью и реклама, значение этого слова расширилось. Проспект стали относить к жанрам печатной рекламы и рассматривать в кругу таких форм, как буклет, каталог, листовка, брошюра, открытка, каталог, календарь, считая разновидностью брошюры: «Проспект – многостраничное издание типа брошюры, листы которого скреплены. Часто используется в престижной рекламе и как средство паблик рилейнз. Целесообразно использование проспекта для обстоятельного рассказа о фирме, ее продукции, сотрудниках и т.д.» [Ромат 2003:99]. В свою очередь, неоднородность проспектов и их близость к другим жанрам печатной рекламы отразилась в классификациях: «Выделяют несколько видов проспектов, буклетов:

- *визитная карточка организации – такой проспект создается и видоизменяется в зависимости от деятельности организации, ее структуры, новых направлений деятельности;

- *проспект-заказ – используется производителями и рассылается потребителям для облегчения оформления закупки;

- *проспект-инструкция – прилагается к технически сложному изделию и содержит указания по правилам пользования;

- *проспект-календарь – издается для раздачи или рассылки как новогоднее поздравление. Цель проспекта-календаря – напомнить об организации, поэтому обязательными атрибутами являются логотип и слоган фирмы, адрес, телефон» [Старикова 2008:55].

В настоящее время нет однозначного жанрового определения проспекта. Дифференциация проспекта и буклета достаточно устойчива, так как под буклетом понимается «согнутый (сфальцованный) один или несколько раз лист бумаги с текстом или иллюстрациями» [Ромат 2003:99], а листы проспекта скреплены. Проспект и каталог разграничиваются на том основании, что каталог, как правило, содержит не только описание товаров, но и цену на них. Но четко разграничить проспект и брошюру сложно. Объем этих жанров однозначно не определен, а функции – пересекаются: «Брошюра – печатное издание в виде книжки малого формата,

содержащей обычно не более 16 страниц, прошитых или скрепленных металлическими скрепками. Брошюра распространяется организацией как самостоятельно, так и в пакете с другими материалами. Задачи брошюры:

- *вызвать интерес;
- *ответить на вопросы;
- *указать источники получения дальнейшей информации;
- *убедить в преимуществе организации по сравнению с аналогичными, представленными на рынке.

Очень важную роль в брошюре играет иллюстративный материал.» [Старикова 208:55].

Однако имеются и скрепленные или сшитые печатные издания объемом много более чем 16 страниц, содержащие иллюстративный материал и выполняющие функции, указанные выше и для проспекта, и для брошюры. Например, такое издание может одновременно содержать материал, способствующий увеличению «паблицитного капитала» [А.Д. Кривоносов] организации (функция проспекта-визитной карточки), и материал, указывающий на источники получения дальнейшей информации (функция брошюры).

В самом общем виде под **проспектом** мы понимаем сброшюрованное креолизованное (сочетающее вербальный и визуальный ряды) издание объемом от 16 страниц, содержащее набор инвариантных текстовых компонентов (в сочетании с компонентами вариативными) и выполняющее целый набор функций – информационную, воздействующую, гедонистическую, функцию позиционирования относительно конкурентов и др. Однако жанр проспекта, как было указано выше, неоднороден, и международный туристский проспект является одной из его разновидностей, заслуживающей отдельного описания.

С нашей точки зрения, **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ПРОСПЕКТ** - это сложный многокомпонентный вторичный жанр, направленный на комплексное представление международных туристских ресурсов, выполняющий, кроме вышеуказанных функций, функцию совмещения языкового и национально-культурного фонда коммуникаторов, которая, в свою очередь, способствует формированию межнациональной компетенции адресата текста, и характеризующийся высокой инонациональной составляющей в содержательно-структурном и лингвопрагматическом планах текста.

Попытаемся обосновать это определение на современном текстовом материале. Туристский проспект можно считать жанром межнационального дискурса в том случае, если а) он посвящен не внутреннему, а международному туризму; б) в его разработке принимали участие 2 национальные стороны. Материалом для данной статьи послужили три туристских проспекта - «Хайнань. Восточные Гавайи» (туристическая компания «Ананда»); «Бангкок, Патайя» («Натали Турс»); «Бодрум. Фетие. Мармарис («Ривьера»)). Ведущим языком проспектов является русский, поэтому мы ставим соответствующую лексему на первое место и будем для удобства называть данные проспекты российско-китайским, российско-тайским и российско-турецким. О межнациональном характере проспектов, то есть о том, что в их создании принимали участие люди разных национальностей, свидетельствует следующее.

1. Все проспекты изданы за рубежом соответствующими туристическими компаниями (приведенные ниже фрагменты из этих проспектов даются без изменений).

2. В ряде случаев в проспектах отражена национальная манера выражения мысли на русском языке и специфические для иностранца ошибки, ср. например, рекламу Острова обезьян с пунктуационными ошибками, характерными для китайцев:

Тайное царство макак

Очаровательный тропический пейзаж

Простые нравы национальности Дан

Особый Фольклор рыбного порта

- Это и есть красивый Остров обезьян Наньвань!

3. Переводы национальных слов и выражений на русский язык, национальные источники пояснений, отсылок, ср., историческую аллюзию в российско-тайском проспекте:

**Бангкок – это английское название города, в повседневной жизни тайцы город именуют сокращенно «Крунг Тхеп», это в переводе означает «Город Ангелов». Король Рама I назвал свою столицу «Великим городом ангелов», высшим хранителем божественных драгоценностей, великой землей, неподвластной завоевателям, великим, выдающимся царством, царственным, великолепным столичным городом девяти драгоценных камней, городом королей и великих дворцов, местом обитания богов и духов».*

4. В проспектах могут быть приведены прямые, национально окрашенные высказывания людей соответствующей национальности, ср., например, употребление формы «*КЕРВАН-САРАИ*» вместо русского «*КАРАВАН-САРАИ*» в рассказе турецкого гида (российско-турецкий проспект):

Роктюрк Мухаммед:

Караванные пути древности играли важную роль в торгово-экономических взаимоотношениях между странами. Одним из этих путей был Великий шелковый путь. В средние века на территориях стран, по которым проходил шелковый путь, строились КЕРВАН-САРАИ. На территории Турции КЕРВАН-САРАИ начали строиться во времена правления сельджукских султанов. Целью построения КЕРВАН-САРАЕВ было повышение уровня экономики страны. Из истории известно, что центральная Анатолия являлась центром ассирийских торговых колоний еще во 2 тысячелетии до н.э.

Любая жанровая форма идентифицируется, по крайней мере, по трем инвариантным компонентам – тематике, структуре (композиции) и стилю. Кроме того, любой жанровой форме присуща и своя прагматическая рамка – это, как минимум, автор, адресат, субъектно-адресатные отношения и цель (интенция). Проспект относится к комплексным вторичным жанрам, однако его вполне можно охарактеризовать по указанным выше формально-содержательным и прагматическим признакам.

Тематика туристского проспекта – туристическая фирма, которая предлагает туры в ту или иную страну; страна с ее туристическими ресурсами, люди, проживающие в этой стране, их язык, нравы, обычаи и т.д.

Стиль проспекта – преимущественно книжный с элементами научно-популярного подстиля (информация о стране); разговорного (фрагменты экскурсионной речи) и официально-делового (представление турфирмы, сведения о сотрудниках и т.д.) стилей.

Структура проспекта включает в себя инвариантные и вариативные текстовые компоненты, как правило, соотносимые с более простыми речевыми жанрами. К **инвариантным** (представленным во всех трех проспектах) **компонентам** относятся:

- представление турфирмы;
- историко-географические, политические, экономические сведения о стране и ее регионах;

- карты страны;
- описание экскурсионных программ и разных направлений туризма (например – образовательного или делового);
- полезная для пребывания туриста за рубежом информация о стране, информационные справки часто в сочетании с прескрипционными высказываниями (рекомендации, советы, напоминания, предупреждения, связанные с таможенными правилами, валютой, пищей, транспортом, связью и т.д.);
- иллюстрации;
- реклама, связанная и не связанная с деятельностью турфирмы.

Вариативные компоненты:

Российско-тайский проспект: приветствие туристов, приехавших на отдых в Таиланд; сведения о других направлениях работы крупного туроператора «Натали Турс»; мини-разговорник; органайзер, в который входят разделы «Ваша экскурсионная программа», «Первый визит гида», «Для записок», «Календарь».

Российско-китайский проспект: образное (дополнительное) представление компании «Ананда» (*АНАНДА – это «радость»!*), описание отелей и клубов на острове Хайнань, словарь делового человека, дополнительная информация («Традиционная китайская медицина», «Культурные события Хайнаня»).

Российско-турецкий проспект: приветствие, сведения о других направлениях работы турфирмы «Ривьера», мини-разговорник, рубрика «Об этом вы можете спросить наших гидов», краткое описание маршрутов «Классический Стамбул», «Исторический Стамбул», «Прогулка по Босфору», «Принцессы острова», биографическая справка (краткие сведения о первом президенте Турецкой Республики – Мустафе Кемале Ататюрке).

Прагматическая рамка международного туристского проспекта.

АВТОРА проспекта можно считать КОЛЛЕКТИВНЫМ, так как очевидно, что информация, даже если она подвергалась впоследствии текстовому редактированию, была предоставлена людьми разных национальностей и даже коллективами: генеральным директором международной туристической компании Ананда, коллективом «Натали Турс», коллективом «Ривьеры», гидами разных национальностей, рекламодателями, таможен и консуль-

ско-визовой службой той или иной страны, персоналом отелей и т.д., например:

** Вы всегда можете связаться с нами по телефонам в Петербурге, Москве, Мармарисе, Фетие и высказать Ваши пожелания и предложения. Желаем Вам приятного отдыха и богатых впечатлений! Путешествуйте с Ривьерой!*

С уважением, коллектив Riviera turizm.

АДРЕСАТ туристического проспекта – это человек, уже приехавший в ту или иную страну, о чем свидетельствует такой текстовый компонент, как приветствие («Компания «Натали Турс» приветствует Вас в Юго-Восточной Азии»), или человек, который потенциально может приехать в страну с теми или иными целями, например с деловыми: «Туристическая компания «Ананда» активно и профессионально участвует в индустрии MICE. Имея договоры о сотрудничестве в этом направлении с такими ведущими отелями Хайнаня, как Hilton, Sheraton, Marriott, Sofitel-Boao, Mongrove Tree и многими другими отелями по всему Китаю, мы оказываем нашим клиентам все необходимые услуги и всевозможную поддержку по вопросам делового туризма, гарантируя им продуктивную работу в отличных условиях и прекрасный отдых по их программе. ЖДЕМ ВАШИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ!».

СУБЪЕКТНО-АДРЕСАТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ в текстах проспектов неоднородны и колеблются от деловых до более свободных (бытовых), о чем свидетельствуют текстовые репрезентации, имитирующие разговорную речь и содержащие ее элементы: апеллятивы, вопросно-ответные конструкции и др. Наличие таких текстовых компонентов сближает туристский проспект с изданиями, ориентированными на разговорную речь: «Основное направление трансформации книжных элементов – сокращение синтаксической глубины предложений за счет отказа в устной речи от таких книжных конструкций, как причастные и деепричастные обороты, словосочетания на основе отглагольных существительных, ряды пересекающихся однородных членов. Такие конструкции значительно усложняют семантическую и синтаксическую структуру простого предложения, затрудняют ее восприятие на слух» [Бойкова, Коньков, Попова 1988:67]. Сравним два текстовых фрагмента, в первом из которых выдерживается дистанция между автором и адресатом, а во втором – уменьшается, вследст-

вие чего отношения автора и читателя становятся менее официальными:

** Уважаемые господа!*

Дорогие друзья и будущие наши клиенты и гости!

«Ананда» - одно из ведущих туристических агентств острова Хайнань (КНР), член национальной туристической ассоциации. В туристическом бизнесе наша компания работает уже 10 лет. Время, эффективный менеджмент, высокая репутация и солидный финансовый фундамент позволили создать нашей компании развитую сеть деловых контактов во всем мире.

** Съездить в Турцию и не побывать в аквапарке? Можно ли отказать себе в таком удовольствии? На море купаешься каждый день, а хочется новых развлечений... Зачем раздумывать? – все в аквапарк! Возьмите всю семью и всех своих друзей.*

ЦЕЛЬ (ЖАНРОВАЯ ИНТЕНЦИЯ) туристского проспекта – это важнейший компонент прагматической рамки текста. Формы реализации интенции в международном проспекте наиболее убедительно свидетельствуют о том, что этот жанр входит в круг текстов межнационального дискурса. Интенция туристского проспекта множественная, синкретичная. Она включает в себя:

** информационную составляющую;*

** воздействующую составляющую;*

** гедонистическую составляющую, связанную со спецификой проспекта как креолизованного текста, включающего вербальный и визуальный (усиливающий эстетическое воздействие) ряды;*

** просветительскую (языковую и национально-культурную) составляющую.*

Первые три интенции реализуются авторами при создании любого туристского проспекта (как внутринационального, так и межнационального), однако специфика реализации последней интенции придает туристскому проспекту межнациональный характер, направленность на формирование межнациональной культурологической компетенции и – в конечном счете - на сближение двух народов и двух национальных сознаний.

Понятие «культурологическая компетенция» напрямую соотносимо с такой составляющей коммуникативной компетенции, как культурный фонд личности: «Культурный фонд личности включает в себя энциклопедические знания и присвоенные ценно-

сти (например, нравственные императивы, разного рода идеалы, идеологии и т.д.) [Виноградов 1996:148]. В свою очередь, для интерпретации понятия «межнациональная компетенция» крайне важна мысль о том, что «коммуникация может быть успешной только в том случае, если актуализируемые в дискурсе фрагменты культурного фонда коммуникаторов в значительной степени совмещаются. Существенные различия в культурных фондах (фондовых знаниях, пресуппозициях) участников общения обычно ведут к образованию лакун, бремя заполнения или компенсации которых ложится на коммуникативного лидера» [Антипов, Донских, Марковина, Сорокин 1989. Цит. по Виноградов 1996:148].

В письменной коммуникации коммуникативным лидером, как правило, бывает индивидуальный или коллективный автор текста. Именно коллективный автор туристского проспекта берет на себя «бремя заполнения или компенсации» лакун с целью совмещения языкового и культурного фонда людей разных национальностей, тем самым способствуя формированию межнациональной компетенции. Обратимся к способам «заполнения лакун», типичным для жанра туристского проспекта.

1. Введение в текст проспекта мини-разговорников, иногда с комментариями, ср. в российско-тайском проспекте:

МИНИ-РАЗГОВОРНИК

Вежливая форма обращения в Таиланде, когда говорящий(ая) добавляет в конце фразы уважительную частицу. Частица «каа» добавляется к основной форме, если говорящий – женского пола, частица «крап (кап)» - мужского.

<i>Русский</i>	<i>Произношение</i>
<i>Да</i>	<i>Чай</i>
<i>Нет</i>	<i>Май Чай</i>
<i>Не хочу</i>	<i>Май Ау</i>
<i>Спасибо</i>	<i>Коп кун</i>
<i>Вода</i>	<i>Наам плао</i>
	<i>И т.д.</i>

2. Введение в некоторые тексты проспектов большого количества национальных эквивалентов, обозначающих национальные реалии, ср. в турецко-российском проспекте:

Рыба (БАЛЫК) продается на вес, и цена должна быть оговорена заранее, иначе ваш заказ может оказаться очень дорогим.

В Турции наиболее популярна форель, которая, как правило, готовится с головой и хвостом. Рыба может быть запеченной (ЫЗГАРА) или жареной (ТАБА).

Из колбасных изделий в основном употребляется твердая чесночная колбаса (СУДЖУК) и разновидности салами (САЛАМ). Турецкие супы обычно пюреобразны. Турки любят суп из йогурта (ЯЙЛА ЧОРБАСЫ), чечевицы (МЕРДЖИМЕК ЧОРБАСЫ), лапши (ШЕХРИЕ ЧОРБАСЫ), курицы (ТАВУК СУЙЮ)...

Те, кто любит сладкое, поймет, что Турция – кондитерский рай. Одно из наиболее популярных видов пирожных – «БАКЛАВА», оно готовится из сладкого теста с добавлением меда и миндаля.

«ТУЛУМБА» - вид конфет из сладкого теста, пропитанного сиропом. Советуем попробовать и «КАДАЙИФ» - запеченную в сиропе с орехами вермишель, «МУХАЛЛЕБИ» - пудинг. Ну, а кто же не слышал о лукуме? В ПЕРЕВОДЕ С ТУРЕЦКОГО ЛУКУМ ОЗНАЧАЕТ «ВОСТОРГ, НАСЛАЖДЕНИЕ». Вы можете попробовать настоящий лукум только в Турции и выбрать любой по вашему вкусу – от розового до орехового.

«ДОНДУРМА» (мороженое) любимое лакомство как детей, так и взрослых. И т.д.

*Очень часто даются **переводы географических названий**, этимологические справки о происхождении топонимов:*

**Всего в 14 километрах от Фетие расположена лагуна Олюдениз – частичка рая на земле. В переводе Олюдениз означает «Мертвое море».*

**История города начинается в XVIII веке... Его называли Тапхряя в честь национального героя генерала Пхряя Таксина. Потом поселок переименовали в Паттайю (Phatthaya - сильный юго-западный ветер, поднимающийся перед началом сезона дождей).*

**По легенде, Сулейман Великолепный, отправляясь завоевывать Родос, приказал своему архитектору построить крепость. Но по возвращении из полного архитектурных чудес острова султан был разочарован работой придворного - крепость была слишком мала. И в гневе он воскликнул: «Мимара ас!», что в переводе означает «повесить архитектора». Жители города еще долго в страхе повторяли слова султана, и эта крылатое выражение послужило основой для названия города – со временем фраза трансформировалась в «мармарис».*

3. Введение в текст проспекта культурологических справок, нацеленных на совмещение и расширение культурного фонда коммуникаторов:

** Российско-китайский проспект: «Сам курорт расположен в трех бухтах: Ялунвань, Санья и Дадунхай. Он получил свое название от китайского иероглифа «три», т.к. город расположен в дельте трех рек: Санья, Дабо, Линьчуань».*

** Российско-тайский проспект: «После основной части обзорной экскурсии предлагаем Вам посещение главной реликвии страны – Королевского дворца и Храма Изумрудного Будды... Изумрудный Будда является символом Таиланда и приносит благополучие».*

** Российско-турецкий проспект: «Вкус и аромат хорошо приготовленного кофе – это то, что нельзя не попробовать в стране, где кофе никогда не выращивался, но впервые стал искусством. Излюбленный вид отдыха у турок – это «кейф». Удовольствие, доставляемое кофе, турецкая поговорка называет «подушкой софы наслаждения».*

Подобные культурологические справки могут быть объединены в текстовой ткани с императивными высказываниями (требованиями, запретами), а также с иными формами прескрипций: советами, рекомендациями, просьбами, напоминаниями, предупреждениями, ср.:

Российско-турецкий проспект: «Мечети являются сакральным местом, где правоверный мусульманин может вознести свои молитвы к Аллаху. Посещение мечетей каждый день для мусульман не является строго обязательным, важно совершить намаз в мечетях по пятницам – этот день является священным... В мечетях полы всегда покрыты коврами. В мечеть нельзя входить в обуви. Обряд намаза совершается пять раз в день. В эти часы с минаретов доносятся протяжные призывы (эзаны), напоминающие верующим о выполнении намаза, - немусульмане не могут входить в мечеть. По традиции женщины должны быть с покрытой головой, короткие юбки и шорты не надевают. В больших мечетях посетителям выдают шали для прикрытия ног и головы. Мечети открыты с 9 часов утра и до окончания ночного намаза».

В российско-турецком проспекте содержится множество справочной информации, регулирующей коммуникативное поведение россиян в чужой стране, в том числе и невербальное, ср.:

Поведение в обществе и язык жестов

Турция всегда была перекрестком цивилизаций. Поэтому в обычаях турок и нормах их поведения отражаются традиции как восточной, так и западной культур. Находясь в компании, постарайтесь следить за своими жестами – открытая ладонь или палец, указывающий на кого-либо, могут обидеть турка. Считается неприличным показывать подошву обуви, кулак с большим пальцем между указательным и средним, сморкаться публично. Обратите внимание на движение головы, когда турок говорит «нет» или «да». «Да» - кивок головой вниз, «нет» - запрокидывание головы назад с прищипыванием языком.

4. Введение в текст проспекта прецедентных феноменов (имен и высказываний), связанных чаще всего с историей и культурой представляемой страны.

В подавляющем большинстве случаев прецедентные феномены используются в двух текстовых компонентах туристского проспекта – в историко-культурных справках и во фрагментах экскурсионной речи. Историко-культурные справки преимущественно реализуют гносеологическую (познавательную) и аксиологическую (формирование системы ценностей) цели, а любая экскурсионная речь предполагает реализацию еще двух интенций – это гедонистическая (развлекательная) и фатическая (связанная с приятным времяпрепровождением) целеустановки. Отличительной особенностью межнациональных текстов является резкое увеличение числа пояснений или даже интерпретаций прецедентных имен, так как эти имена являются знакомыми и легко узнаваемыми для носителей соответствующего языка и культуры и не нуждаются в пояснениях, но русскоязычному адресату необходимо объяснение того или иного слова или словосочетания, а иногда и его этимология.

В историко-культурных справках и фрагментах экскурсионной речи, которые во множестве присутствуют в туристском проспекте, основные **сферы - источники прецедентности** – это история, культура и религия представляемой страны, ср.:

История страны, ее символика: *король Рама I; династия Сун; мост через реку Квай; «В 1934 г. Мустафе Кемалю парла-*

ментом была дана фамилия Атаатюрк, буквально означающая «отец турок»; «(Стамбул), основанный на берегах Босфора, становится столицей великой Византийской империи и духовным преемником священного Рима – «Новый Рим» - его название. Константинополь – также зовется он; «До сих пор официальным символом Турции является нежный тюльпан.

Мифология страны: «Согласно древней легенде, Боао – это внук Дракона, короля Южно-Китайского моря. Он родился с головой дракона, спиной черепахи и хвостом единорога. С тех пор чудесный уголок под названием Боао (иероглиф «Бо» значит «богатый» Ао) радуется своим роскошеством и великолепием всякого, кто оказывается здесь»; мифический царь обезьян Сунь Укун и др.

Культура и наука страны: «улыбка Ангора»; турецкий философ Джелаледдин Руми; «Мечеть Сулеймана – непревзойденное творение Синана, поражающее своим торжественным обликом и мощными пропорциями. Здесь покоится прах султана Сулеймана Великолепного и его любимой жены, знаменитой Роксоланы».

Религия страны: Будда; «Ананда – двоюродный брат и любимый ученик Будды Шакьямуни»; Богиня Милосердия Гуаньинь; «центральная часть буддийского канона «Трипитаки» - «Сутрапитака»; пророк Мухаммед; Коран; Курбан-байрам и Шекер-байрам (мусульманские религиозные праздники) и др.

Иногда в туристских проспектах используются **отсылки к известным фигурам и культурным событиям современности** (Анджелина Джоли, Стинг, Дастиин Хоффман, конкурс «Мисс Мира» и др.). Подобные отсылки выполняют функции аргументов к авторитету и способствуют привлекательности информации для туристов.

Отсылки к иной (не своей) культуре в текстах межнациональных туристических проспектов факультативны, что объясняется историческими связями той или иной страны. Мы зафиксировали их лишь в одном из трех проспектов – российско-турецком (Турция имеет прочные связи с античной цивилизацией и с православием). Такие отсылки даются, как правило, в сопоставительном ключе с целью демонстрации исторического, в том числе религиозного, взаимодействия людей разных национальностей:

* Все мы прекрасно знаем, как выглядит герб Москвы, на котором изображен **ГЕОРГИЙ ПОБЕДОНОСЕЦ**, убивающий

дракона. Но, возможно, для вас будет сюрпризом, что этот святой родился в самом сердце Малой Азии, в Каппадокии – центре распространения христианства. В том же самом месте, где ГЕОРГИЙ ПОБЕДОНОСЕЦ совершил один из своих самых знаменитых подвигов – победил змея и сжег его, прошли крещение 25 тысяч человек.

* На вершине Немрут Дага (горы высотой 2200 метров в юго-западной Анатолии) АНТИОХ I построил необычный памятник: скопление огромных статуй греческих богов. Кстати, сам АНТИОХ не сомневался, что принадлежит к числу бессмертных: на хорошо сохранившемся барельефе показано, как он пожимает руку АПОЛЛОНУ, ЗЕВСУ и ГЕРАКЛУ.

* В честь АРТЕМИДЫ жители Эфеса возводили свои жертвенники и храмы... Вечная девственница (дева) и покровительница матерей была известна и в других культурах. Христианский символизм связывает деву с душой, готовой к богообращению. Для христианского Рима образ девы ассоциируется с ДЕВОЙ МАРИЕЙ – покровительницей Вечного города, царицей небесной, которая была признана богоматерью на Эфесском соборе 431 года нашей эры. Она – вечная заступница за людей перед богом. Символ души (анимы) и невинности – дева – у древних египтян ассоциировалась с ИСИДОЙ. У греков АРТЕМИДА – дочь ЗЕВСА и ЛЕТО, богиня нравственности, покровительница родов и диких животных.

* Остров КЛЕОПАТРЫ – историческое место, находящееся в заливе Гекова. Существует легенда, что 2 тысячи лет назад здесь купалась сама царица КЛЕОПАТРА. МАРК АНТОНИЙ подарил остров свое венецносной возлюбленной.

* Уютный курортный городок Бодрум раскинулся в лучезарной бухте на побережье Эгейского моря. На его месте когда-то стоял древний Галикарнас, бывший одним из крупнейших городов Карии. Своего могущества и расцвета город достиг в VI в. до нашей эры при ЦАРЕ МАВСОЛЕ, в честь которого его жена и наследница престола АРТЕМИСИЯ построила величественный мавзолей. ГАЛИКАРНАССКИЙ МАВЗОЛЕЙ ПЛИНИЯ был причислен к семи чудесам света.

Думается, приведенный выше материал не оставляет сомнений о принадлежности международного туристского проспекта к жанрам межнационального туристического дискурса. Описание

этих жанров в настоящее время находится лишь в стадии становления, хотя актуальность их характеристики очевидна в связи с расширяющимися межнациональными контактами. Нуждаются в описании жанры межнациональной туристской рекламы, межнациональная экскурсионная речь, разговорники и справочники для туристов и т.д. Характеризовать межнациональные жанры можно с разных сторон – как вторичные жанровые формы, возникшие на основе первичных и написанные с учетом межнациональной специфики; с культурно-речевых позиций (нормативность речи/ типовые отклонения от норм русского языка, характерные для людей, не являющихся носителями русского языка); с позиций их компоновки в изданиях разного типа; в лингвопрагматическом ключе и т.д. Нуждаются в характеристике и простые жанры в рамках более сложных, например мини-словари, которые размещаются в большинстве туристских проспектов (объем, тематическая представленность и отбор лексики, принципы транскрипции, способы дефиниций и др.). В целом нам кажется, что нарастающий интерес к коммуникативному взаимодействию людей двух и более национальностей будет способствовать и росту интереса ученых к межнациональному дискурсу как области дискурсивных исследований, лежащей на пересечении теории и практики дискурса, межкультурной коммуникации, лингвистики, жанроведения и речеведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антипов Г.А., Донских О.А., Марковина И.Ю., Сорокин Ю.А. Текст как явление культуры. – Новосибирск: НГУ, 1989. – 289с.
2. Бойкова Н.Г., Коньков В.И., Попова Т.И. Устная речь. – Л.: ЛГУ, 1988. – 88с.
3. Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С.121-152.
4. Ромат Е.В. Реклама. – СПб: Питер, 2003.- 178с.
5. Старикова Ю.А. Паблик рилейшнз (PR). – М.: А-ПРИОР, 2008. – 96с.

9. ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ

ИВАН И НАТАША: ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В НАЦИОНАЛЬНОМ И МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Межнациональный дискурс в современных условиях – это активно развивающееся явление. Динамические процессы касаются различных его сторон, в том числе и соотносимого с этим типом дискурса репертуара прецедентных текстов. Вслед за Ю.Н. Карауловым, Д.Б. Гудковым, В.В. Красных и рядом других исследователей мы понимаем прецедентность широко, включая в число ее феноменов самые разнообразные единицы – от лексем до законченных текстов. Для каждого вида дискурса можно выявить свой корпус прецедентных текстов. Так, В.И. Карасик считает, что «к числу прецедентных текстов педагогического дискурса относятся прежде всего школьные учебники и хрестоматии, правила поведения учащихся, а также многие известные тексты детских книг, сюжеты популярных художественных и мультипликационных фильмов, тексты песен, пословицы, поговорки, известные афоризмы на тему учебы, знаний, отношений между учителем и учеником» [Карасик 2002: 220].

Свой корпус прецедентных тестов имеют и различные форматы межнационального дискурса. Этот корпус, с одной стороны, пересекается с корпусом прецедентных текстов, соотносимых с тем или иным внутринациональным дискурсом, с другой стороны – обновляется в соответствии со своей спецификой. Так, межнациональный педагогический дискурс, кроме названных В.И. Карасиком прецедентных текстов, включает совокупность книг о русском национальном характере, знакомящих студентов-иностранцев с особенностями русского коммуникативного поведения (О.Л. Белянко, Л.Б. Трушина, 2008; А.В. Сергеева, 2010 и др.). В свою очередь, межнациональный газетно-журнальный дискурс включает издания для наших соотечественников, проживающих или отдыхающих за границей, например газету «Комсомольская правда в Египте», позиционируемую как «первую и единственную русскую газету в Африке». Межнациональный научный дискурс в печатном и электронном виде постоянно пополняется сборниками научных трудов, созданных интернациональ-

ными коллективами в рамках той или иной международной программы. В межнациональном туристическом дискурсе очень большое распространение получил жанр памятки - разновидность прескрипционных форм, предписывающих россиянам правила поведения за границей, и т.д.

Однако процессы, связанные с прецедентностью, касаются в межнациональном дискурсе не только прецедентных текстов, но и отдельных прецедентных имен.

Данная статья посвящена именам собственным, получившим в межнациональном дискурсе статус прецедентных. Мы частично разделяем мнение Е.А. Нахимовой о том, что «использование имени собственного для обозначения иного человека должно квалифицироваться как использование прецедентного имени» и что «прецедентное имя выступает своего рода эталоном, в соответствии с которым дается оценка поступка, и одновременно эталоном, образцом для подражания» [Нахимова 2011: 15]. Частично – потому, что прецедентные имена собственные в межнациональном общении известны давно, но большая их часть содержит негативно-оценочные коннотации. Это своеобразные национальные маркеры, которые, однако, образцом для подражания не являются. К подобным именам собственным относятся широко распространенные мужские имена восточного происхождения, употребляемые в качестве обобщенного наименования мужчины восточной национальности ср.:

Артур нервно достал сигарету и закурил:

- Противно, когда наши бабы так нахваливают турков. Прямо все, как один, божественные принцы. А ведь если к ним присмотреться, то все как на подбор маленькие кривоногие макаки: «Махмуды», «Ахмеды». Их в Москве полно. На рынках, на стройках, в кафешках (Ю. Шилова «Сказки Востока, или курорт разбитых сердец», М.: АСТ, 2010).

В связи с событиями в Чечне прецедентным стало имя ***Хасан***, употребляемое как обобщенное наименование чеченца, и в первую очередь – чеченского боевика.

В настоящее время самыми популярными прецедентными именами восточного происхождения являются имена героев Comedy Club (Камеди клуб). Это ***Равшан*** и ***Джамшут***, гастробайтеры, приехавшие нелегально в Москву (варианты имен –

Рафшан, Равшан, Ровшан, Джумишут, Джамишуд, Джамишут, Джумишуд). Они плохо знают свое дело, постоянно попадают в нелепые ситуации и говорят на ломаном языке, который назван их прорабом («насяльником») «тарабарским», ср., текст песни Равшана и Джамшута:

Привета выпускник! Эта Равшана тине званиа. Мы с Джамишудом хатима паздравитя тибя с аканчанием школы! Маладец! Мы с Джамишудом заканчиваем ремонт в зале гиде у вас будета выпускной и хатима тине по секрету сказатя, что задней комнате мы спрятали для васа двух стриптизерше. С праздникама! (<http://bomzha.net/music/%C4%E6%E0%EC%F8%F3%F2>).

Имена *Равшан* и *Джамишут* после выхода Comedy Club мгновенно стали служить для обобщенного наименования гастарбайтера, перейдя из собственных в нарицательные. Сериал вызвал значительный международный резонанс. По сведениям сайта (<http://newsland.com/news/detail/id/566299/>), общественное движение «Таджикские трудовые мигранты» заявило, что шоу и снятый по нему полнометражный фильм совершают «моральный геноцид таджикского народа». На этом же сайте есть информация о том, что «сюжеты про Равшана и Джамшута были удалены из показа после протестов Самвела Гарибяна при поддержке Союза Армян России как ксенофобские и оскорбляющие Россию и национальное достоинство таджикского и армянского народов».

Приведенные выше прецедентные имена имеют восточное происхождение, однако русские имена собственные могут получить в межнациональном дискурсе ничуть не меньшую негативно-оценочную «ауру». Сказанное касается прежде всего двух имен – *Иван* и *Наташа* (бытовой вариант имени *Наталья*).

Эти имена являются одними из самых распространенных в России и во всех видах внутринационального дискурса обладают позитивными коннотациями (негативно-оценочную актуализацию имя Иван получило лишь в отдельных русских фраземах: *Иван, родства не помнящий; Ваньку ломать*). О позитивной оценочности свидетельствуют и бытовые, неофициальные имена: *Иван – Ваня, Ванечка, Ванятка, Ванюша, Ванюшечка, Ванек, Ивашка; Наташа – Наташенька, Наташечка, Ната, Ната, Натуся, Натуня, Натуля, Наталечка, Натальюшка, Натаха, Тата,*

Татуся, Туся, Таша, Таля, Тала, Талюша и др. Негативных коннотаций не имеют и сниженные обиходно-бытовые варианты имен – *Ванька* и *Натка*. И даже наоборот: Ванька Жуков, герой рассказа А.П. Чехова, стал символом бедственного положения детей в царской России, а Натка Шегалова, героиня повести А. Гайдара «Военная тайна», надолго запечатлелась в сознании школьников как символ интернационализма. Приведем данные небольшого ассоциативного эксперимента, в ходе которого российским участникам было предложено зафиксировать представления, связанные с этими именами (Иван – какой? Наташа – какая?).

ИВАН: *смелый, решительный, мужественный, несокрушимый, терпеливый, добрый, спокойный, порой застенчивый, улыбающийся, умный, приветливый, герой сказки, царевич, Иван-царевич, Иван-царевич и серый волк, Грозный* (ассоциация с Иваном Грозным), *Иван Калита, Васильевич* (ассоциация с названием фильма «Иван Васильевич меняет профессию»), *Иван Дулин* («Наша Раша»), *Иван-да-Марья* (травянистое растение), *Иван-чай, кудрявый, блондин, светловолосый, темненький, голубоглазый, «в теле», среднего телосложения, простой, безобидный, не хитрый, наивный, открытый, русский, веселый, сказка, доброта, молодец, наивный, Ванька-встанька, деревенский парень, Ванечка, русский парень, русский мужчина, проживающий в деревне, работага по жизни.*

Таким образом, результаты анкетирования отразили множество позитивных ассоциаций, связанных в российском сознании с именем *Иван*. Наибольшее количество ответов репрезентировало русское, и даже деревенское, происхождение носителя данного имени, его славянскую внешность, смелость, мужество, доброту, терпеливость, простоту, открытость, связь имени с историческими личностями и фольклорной традицией. Негативная оценочность ассоциативного потенциала имени *Иван* минимальна и встречается в единичных случаях: *упертый, глупый, дурак, дурачок, Иван-дурак, глупый мальчик, который лежит на печи, ему лень работать и заниматься делами по дому, холоп.*

Следует отметить, что ответы типа *дурак, дурачок, Иван-дурак* занимают особое место, так как в русской коммуникативной традиции эти номинации никогда не имели однозначного негативно-оценочного характера. Наоборот, в фольклорной тради-

ции дураку приписывалось множество позитивных качеств. Вот что пишет по этому поводу академик Д. Лихачев: «В старое время в Древней Руси доброго не назовут глупым. Дурак русских сказок добрый, а следовательно, поступает по-умному и свое в жизни получит. Дурачок русских сказок уродливого коня-«горбунка» приласкает и жар-птицу, прилетевшую пшеницу воровать, отпустит. Те за него потом и сделают в трудную минуту все, что нужно. Доброта – она всегда умная. Дурак всем правду говорит, потому что для него не существует никаких условностей и нет у него никакого страха... Любит русский народ дураков не за то, что они глупые, а за то, что умные: умные высшим умом, который не в хитрости и в обмане других заключен, не в плутовстве и удачном преследовании своей узкой выгоды, а в мудрости, знающей истинную цену всякой фальши, показной красоты и скопидомству, видящей цену в совершении добра другим, а следовательно и себе как личности» [Лихачев 1984:15].

Чаще всего народное сознание ассоциирует имя *Иван* с визуально-психологическим образом *Ивана (Вани, Ванюши)* – простого русского светловолосого и голубоглазого парня, доброго и ласкового, работяги, готового прийти на помощь в любую минуту. Подобные типовые представления об *Иване* свидетельствуют о том, что данное имя давно уже перешло в разряд национально маркированных прецедентных онимов.

НАТАША: девушка, тетя, взрослая, смелая, гордая, решительная, уверенная в себе женщина, хорошая домохозяйка, умеющая готовить, красивая, милая, светлая, смуглая, темненькая, брюнетка, длинные волосы, темноволосая с зелеными глазами, высокая, невысокого роста, «в теле», матрешка (пухленькая), худая, любезная, разговорчивая, часто смеется, влюбчивая, смешная, оптимистка, строгая, серьезная, обидчивая, но отходчивая, учительница, любит детей, дети ее тоже, хороша в своем деле, судьба, молодость, Ростова (ассоциация с Наташей Ростовой).

Негативные ассоциации зафиксированы лишь в 3-х ответах: *продавец в ларьке, нет образования, плохой вкус, неухаженная, нет высшего образования, одиночество, вредная*. Еще в двух ответах представлены иномациональные ассоциации: *французенка, Турция*.

Особое место занимают ассоциации имени по рифме - *чебурашка, черепашка, ромашка* и другие: *Наташка-чебурашка, Наташка-ромашка, ромашка для Наташки, Наташка – черепашка; морская черепашка, по имени Наташка; Наташа – всех цветов краше; Наташа - держава наша; Наташа – радость наша. В одном ответе представлена фонетическая ассоциация – Наташа – НАТО.*

Один из респондентов даже попытался выразить свои ассоциации в стихах: *Наташа – / веселая, простая, / сердце и душа, / как небо и солнце мне нужна, / хороша!*

Как видно из приведенных выше ответов, спектр ассоциативных представлений, связанных с именем *Наташа*, достаточно разнообразен, носит во многом индивидуальный характер и зависит от личного опыта общения с *Наташами*, однако позитивная оценочность ассоциативов (внешность, особенности характера, деловые качества и др.) явно преобладает над негативной.

Прецедентным онимом имя *Наташа* в России не стало (эта честь досталась имени *Маши*) по следующей причине. Если с именем *Иван* связаны представления типа «сельский», «деревенский», отражающие типичность, широкую распространенность имени в разных слоях населения, то подобные ассоциации для имени *Наташа* отсутствуют. *Наташа* – имя, скорее, городское, его дают чаще в семье, с определенным уровнем образования ее членов, ср.:

- *А как меня зовут, ты уже знаешь – Наташа.*

- *Человек – нечто более, чем имя, хотя и имя может сказать немало.*

- *Что, например?*

- *Например? Что у тебя в семье есть образованный человек.*

- *А как ты узнал об этом?*

- *Девочке, если она из деревни, вряд ли дадут имя Наташа* (В. Эфрон «Продана». - М.: Рипол-классик, 2009).

Существуют имена собственные, легко приобретающие негативную оценочность в контексте. К примеру, к таким именам относится в русской традиции имя *Фекла*, ср.: «Собственное имя *Фекла* приобретает в контексте оскорбительный, грубый оттенок. Через него передается целая гамма эмоций: издевка, отчаяние, гибель романтических представлений. В этом смысле его можно назвать образным (образно-оценочным)» [(Купина 1980:50)]. К

подобным именам можно отнести также устаревшие имена типа *Матрена*, *Акакий*, но не *Иван* и *Наташа*.

В межнациональном дискурсе эти имена вышли за рамки имен собственных. Оба они стали прецедентными онимами, эталонными наименованиями российских мужчин и женщин, своеобразными неймами, особенно ярко актуализированными в туристическом дискурсе. Однако оценочный вектор имен *Иван* и *Наташа* сменился с позитивного на негативный.

Замечено, что негативная/позитивная окраска прецедентных имен собственных имеет национально обусловленный характер, ср.: «Сознание жителей России очень отличается от польского. Для нас Наполеон – герой, а Гитлер со Сталиным – бесспорные злодеи. Для русских Наполеон с Гитлером – захватчики, оккупанты, а Сталин – неоднозначная личность, поскольку, несмотря на причиненное им зло (прежде всего самим русским), якобы он победил Гитлера» [Лазари де А., Лазари де Э. 2010:92].

Для имен *Иван* и *Наташа* вектор оценки также национально детерминирован. Приведем стандартные зарубежные представления об *Иване*:

Почему же его никто не любит – этого русского отдыхающего?.. В стандартном представлении бывший советский гражданин – это человек низкого роста и крепкого телосложения с конституцией танка Т-34. Руки как у борца за приз в балагане, лодыжки – как печные трубы у таежной избушки. На медвежьем загравке – тяжелая золотая цепь, на которой свешивается массивный золотой крест. Этот тип начинает пить еще утром и засыпает на своем лежаке после обеда. Он дымит, как сибирская баня, всегда и везде, даже – и именно - в столовой. Там он всех толкает и пинает. Он никогда не извиняется. Вежливость – это привилегия дворянства и буржуазии, обе эти категории при советской власти были искоренены. Что не сделало Ивана симпатичнее. Жировая складка на животе, как у тюленя, свисает над треугольником плавков, когда он тяжело ступает по дрожащему под ним причалу...

Есть и другой тип Ивана. Это образ сотрудника московской фирмы «Инкассатор». Мускулистый, толстогубый, лысый. У него всегда тяжелый взгляд. Над соском левой груди вы-

ведена татуировка с номером группы крови. Вид у него такой, будто он служил в отряде особого назначения и на его счету несколько операций по освобождении заложников, причем все операции закончились неудачно (для заложников) (<http://rosbalt.ru/2005/9/2/222860.html>)

Таким образом, негативные коннотации вокруг имени *Иван* в представлении иностранцев можно коротко свести к следующему - это толстый, крепкий, грубый, абсолютно невоспитанный, сильно пьющий и много курящий человек, отчасти военизированного, отчасти криминального типа.

Иван как собирательный в представлении иностранцев тип русского мужчины может противопоставляться собирательному типу европейца, репрезентированному именами *Фриц*, *Хорст* и некоторыми другими:

Когда ХОРСТ видит русских в кемерских магазинах (причем за покупкой не только дешевых подделок под известные фирмы, ширпотреба для туристов), когда он видит, как ИВАН катается на водных лыжах, свободно ныряет, отправляется на прогулку на катере или несется по морю на банане, то он всегда мучается одним вопросом: откуда у русского деньги? Хороший вопрос. Тем более для мекленбуржца [<http://rosbalt.ru/2005/9/2/222860.html>].

Имя Наташа соотносится с другим набором стандартных представлений.

1. НАТАША – это принятое на арабском и турецком Востоке обращение к любой русской девушке/женщине:

В медине по традиции располагается рынок – повосточному яркий и изобильный. Множество продавцов быстро освоили ключевые русские фразы типа: «НАТАША, давай покупай» и «мало-мало цена» (по материалам газеты «Известия», 09. 08. 1997).

2. НАТАША – это девушка легкого поведения:

**О русских на турецких побережьях ходят бесконечные истории. На гостиничных балконах они коптят рыбу, около бассейна разводят костры. У огня прохладными вечерами они*

греются в обществе девушек легкого поведения, которых здесь называют НАТАШАМИ [<http://rosbalt.ru/2005/9/2/222860.html>].

**Я вскинула голову и посмотрела на зашедшего в подвал мужчину, который держал в руках керосиновую лампу и говорил на ломаном русском:*

- Эй, Наташи, очухались?

- Вообще-то НАТАШАМИ в Турции девушек легкого поведения называют, - первая подала голос Ленка. – Я не пойму, он нас за проституток, что ли, принимает? (Ю. Шилова «Сказки Востока, или курорт разбитых сердец»).

**Каждый год тысячи тружениц горизонтального ремесла, ТАК НАЗЫВАЕМЫЕ НАТАШИ, со всех концов распавшегося Союза летят на заработки в Турцию* [<http://rosbalt.ru/2005/9/2/222860.html>]

3. Имя НАТАША может употребляться в межнациональном дискурсе в европейском варианте - НАТАЛИ:

**За ним (Иваном – Н.Р.) словно на поводке следует длинноногая газель НАТАЛИ. Ее ноги растут сразу из подмышек. Ее готовый к атомному взрыву бюст определенно стоил спонсору толстой пачки 100-долларовых купюр. НАТАЛИ одета «экстремально воздушно», как когда-то выразилась Клаудиа Шунк, пресс-секретарь испанской гостиничной сети* [<http://rosbalt.ru/2005/9/2/222860.html>].

От имени НАТАЛИ образуются и производные:

Едут туристические автобусы с длинноногими девушками – так называемые «НАТАЛИ-ТУРЫ», палатки на пляжах носят названия «Минск», «Киев», «Рига», «Курск».

И все-таки европейское имя *Натали* имеет в межнациональном дискурсе много меньше негативных коннотаций, чем имя *Наташа*. Поэтому русские женщины/девушки стали сами представляться как *НАТАЛИ*, чтобы позиционироваться от *НАТАШ*:

Меня зовут Наташа, и мне очень неприятно, что в Турции «Наташа» означает девушку легкого поведения. Я пошла по Кемеру гулять, а мне со всех сторон кричат: «Наташа! Наташа!». Я сначала в ступоре была. Никак не могла понять,

откуда они мое имя знают. А когда мне сказали, что они так всех русских женщин называют, пришла в шок. В общем, теперь в Турции представляюсь не Наташей, а Натали (Ю. Шилова «Сказки Востока, или курорт разбитых сердец»).

Попытаемся ответить на два вопроса, которые возникают в связи с данными именами.

1. Почему же именно эти имена стали в межнациональном дискурсе прецедентными онимами, своеобразными маркерами русских мужчин и женщин? Причин, как нам кажется, несколько.

***Наличие интернациональных соответствий, позволяющих легко запомнить имя:**

Л.В. Успенский в известной книге «Слово о словах» писал о том, как звучит это имя на разных языках: «Йойннэс (по греко-византийски), Иоганн (по-немецки), Юхан (по-фински и по-эстонски), Хуан (по-испански), Джованни (по-итальянски), Джон (по-английски), Иван (по-русски), Ян (по-польски), Жан (по-французски), Иванэ (по-грузински), Ованес (по-армянски), Жоан (по-португальски), Он (по-болгарски)» [Успенский 1974: 85].

В свою очередь, у имени Наталья есть не только женские, но и мужские интернациональные соответствия, ср.:

Немецкий:

ж. Natalie (Натали), Natalia (Наталия), уменьшительные - Nati (Нати), Nate (Нате)

Французский:

ж. Nathalie Natalie (Натали)

м. Nathalis Natalis, Nathalie (Наталис), Natal (Наталь)

Испанский:

ж. Natalia (Наталия), уменьшительные - Nati (Нати), Nata (Ната), Tali (Тали)

м. Natalio (Наталио), уменьшительное – Nata (Ната)

Португальский:

ж. Natália (Наталия), уменьшительные - Náti, Nati (Нати), Natu (Нату), Naná, Nana (Нана), Tatá (Тата), Táli (Тали)

м. Natálio (Наталиу)

Итальянский:

ж. Natalia (Наталия), уменьшительные - Natalina (Наталина), Lina (Лина), Linuccia (Линучча), Linetta (Линетта)

м. Natale (Натале), уменьшительные - Natalino (Наталино), Lino (Лино), Linuccio (Линуччо) [<http://kurufin.ru/html/Translate/natalya.html>]

Подобные соответствия есть и в иных языках: украинском, белорусском, польском, чешском, болгарском и др.

***Соответствие имен *Иван* и *Наташа* ряду требований для идеальных неймов.**

Как нам кажется, имя собственное становится прецедентным, если оно приобретает некоторые черты нейма - яркого, запоминающегося названия, передающего общую концепцию торгового предложения. Э. Слободянюк, предложившая систему параметров, релевантных для идеального названия, считает, что «идеальное название должно легко запоминаться; произноситься на одном дыхании; звучать благозвучно; быть ни на что не похожим; отражать суть товара» [Слободянюк 2008: 34]. Кроме этого, Э. Слободянюк в качестве критериев удачного нейма выделяет наличие позитивных ассоциаций, отсутствие «плавающего» ударения, легкую встраиваемость в бытовую речь [Там же:37].

Имена *Иван* и *Наташа* вполне соответствуют большей части этих требований. Они благозвучны, легко произносятся на одном дыхании и встраиваются в бытовую речь, в них нет «плавающего» ударения (акцентологические нормы для этих имен однозначны, ошибок при постановке ударения не допускается).

Эти имена легко запоминаются и соотносятся с национальностью их носителя. Так, имя Наташа имеет финальное ША, своеобразный маркер русского мужского и женского бытового имени и уменьшительных имен (*Андрюша, Саша, Леша, Маша, Миша, Ксюша, Ириша, Витюша, Мариша, Танюша* и др.). В межнациональном общении ША как «маркер русскости» способствует мгновенной и точной национальной атрибуции собеседника. Кроме того, имя *Наташа* отличается выраженным сингармонизмом, гармонией гласных, имманентной в том числе для тюркских языков, благодаря чему оно не диссонирует, например, с общим строем турецкой речи.

*** Лингвокультурный потенциал имен.**

Мы считаем, что имена собственные Иван и Наташа стали в межнациональном дискурсе прецедентными отчасти благодаря их лингвокультурному потенциалу. В связи с этими именами актуализируется фонд знаний зарубежного читателя, так как они отсы-

лают его к самым читаемым за рубежом русским авторам – Л. Толстому (Наташа Ростова) и Ф. Достоевскому (Иван Карамазов). Воспоминания, ощущения, культурные ассоциации, связанные с этими именами, способствуют их национальной идентификации, главным образом, в европейских странах и в США, но не на Востоке, где с русской литературой знакомы гораздо меньше, чем на Западе.

2. Почему же имена Иван и Наташа стали в межнациональном дискурсе негативно-оценочными прецедентными онимами?

Во-первых, это **явление языковой оценочной асимметрии**: «В естественном языке, как известно, существует асимметрия положительной и отрицательной оценки, слов с отрицательным оценочным значением гораздо больше, чем слов с положительной оценкой. Это объясняется тем, что отрицательный опыт имеет большее значение для человека» [Карасик 2002: 217]. Отсюда, подобно любой лексеме, прецедентный оним имеет гораздо больше шансов приобрести негативно-оценочное значение, чем позитивно-оценочное.

Во-вторых, это **действие закона ускоренного распространения негативной информации**: «Негативная, пугающая, способная повлечь в статусе людей информация имеет тенденцию к более быстрому распространению в группах общения, чем информация позитивного характера. Это связано с повышенным вниманием людей к отрицательным фактам – в силу того, что положительное быстро принимается людьми за норму и перестает обсуждаться» [Стернин 1997:25]. Когда россияне в 90-х года XX века стали в массе своей появляться за рубежом, они резко отличались своими манерами и привычками как от европейцев и американцев, так и от жителей восточных регионов земного шара. Так, например, «у русских нет привычки проверять счет в ресторане или пересчитывать сдачу. Такой стиль поведения, «нормальный» для всех в мире, им кажется унижительным. Как бы тяжело ни давались им деньги, они предпочитают тратить их широко и с размахом. Любовь к «широким жестам кажется им более приличной, чем бережливость» [Сергеева 2010: 176-177]. Разумеется, и на Востоке, и на Западе подобная черта русских, как и многие другие непривычные особенности поведения, была немедленно замечена и приписана им как негативное качество.

В-третьих, **многие прецедентные тексты, содержащие имена собственные, часто имеют негативно-оценочную окраску.** Это относится прежде всего к фразеологическим единицам. Как русские, так и иностранные по происхождению фраземы, включающие имена собственные, гораздо чаще репрезентируют негативную ситуацию (свойство характера, особенности коммуникативного поведения), чем позитивную, ср.: *Любопытной Варваре нос на базаре оторвали; Показать Кузькину мать; Мамаево нашествие/Мамаево побоище; Точно Мамай прошел/Словно Мамай воевал; Митькой звали; Хитрый Митрий; На Антоньевой пище (впроголодь); Ни в городе Богдан, ни в селе Селифан; Федул губы надул // Иродова душа; Иродово семя; Драконовские (Драконовы) законы; Лицо Гиппократа (выражение лица человека, находящегося в состоянии клинической смерти); Слава Герострата; Кающаяся Магдалина; Вальпургиева ночь; Варфоломеевская ночь; Буриданов осел; Каинова печать; Пляска Святого Витта; Поцелуй Иуды/Иудин поцелуй; Приносить жертву Ваху; Менторский тон; Гордиев узел; Фома неверующий; Двуликий Янус и т.д.*

Таким образом, общее свойство прецедентных имен собственных (выраженное тяготение к негативной оценочности) не могло не отразиться в межнациональном дискурсе и на русских именах *Иван* и *Наташа*.

В-четвертых, **негативной окраске имени Иван способствует историческая память, репрезентированная в выражении «русский Иван»,** которое пробуждает ассоциации, связанные со смертью и войной, ср. у М. Шолохова: *«Военнопленный Андрей Соколов по вашему приказанию, герр комендант, явился». Он и спрашивает меня: «Так что же, РУСС ИВАН, четыре кубометра выработки – это много?» - «Так точно, говорю, герр комендант, много». – « А одного тебе на могилу хватит? - «Так точно, герр комендант, вполне хватит и даже останется».*

Выражение *«русский Иван»* в варианте типа *«русский парень Иван»* сохранилось и по сей день. Оно может вызывать не только военные, но и криминальные ассоциации, создаваемые и поддерживаемые некоторыми политиками, ср.: *«Везде ты побеждал, Иван, русский парень. Да, иногда у тебя татуировка на руке. Да, у тебя иногда нож в кармане. Да, иногда у тебя пусто*

в желудке. И туда ты заливаешь водку, некогда самую лучшую в мире водку» [В. Жириновский «Иван, запахни душу!» (http://conrad2001.narod.ru/russian/library/books/zirinovsky/ivan_into.htm)].

В России криминальный ассоциативный фон для номинации «*русский Иван*» в целом не прижился (российские ассоциации вокруг этого выражения связаны, прежде всего, с героизмом русского солдата в «Судьбе человека» М. Шолохова и иных произведениях о войне). Однако отголоски высказываний, подобных высказыванию В. Жириновского, без сомнения, способствовали негативной ауре, возникшей за рубежом вокруг этого выражения и - как следствие - вокруг имени *Иван*.

Со своей стороны историческая память детерминирует в России негативную ауру вокруг имени *Фриц*, которое в Великую Отечественную войну стало обобщенным наименованием фашистских оккупантов (*фрицы*).

Наконец, почему русских девушек и женщин в межнациональном общении называют именно *Наташа*? Почему, например, не *Маши*? У имени *Маши* также есть множество международных соответствий, оно так же, как и *Наташа*, «проходит тестирование» на ряд признаков идеального нейма, легко встраивается в бытовую речь. Негативной ауре вокруг имени *Наташа* мы нашли только одно объяснение – экстрадискурсивное. Одной из первых зарубежных стран, с которыми познакомились россияне, была Турция: «**И почему в Турции русских девушек называют Наташами? Оказывается, первые бордели в Турции носили имя «Наташа». Там работали только русские и украинские девушки. А затем это стало традицией**» (Ю. Шилова «Сказки Востока, или курорт разбитых сердец»). Именно поэтому русским женщинам и девушкам приходится за рубежом представляться как *Натали* (заметим, что *Наталя* как более официальный вариант имени звучит для иностранца непривычно, и собеседник часто сам меняет его на *Наташу*). Так лучше уж назваться *Натали*. А жаль!

Изменить стереотип крайне сложно, если не невозможно. Известнейшее высказывание Н. Гоголя о том, что российский народ «если наградит кого словом, то пойдет оно ему и в род, и в потомство, утащит он его с собой и на службу, и в отставку, и в

Петербург, и на край света», относится не только к россиянам. Удастся ли россиянам когда-нибудь избавиться от негативной прецедентности два прекрасных русских имени – время покажет. Но будем надеяться, что другие русские имена подобными прецедентными онимами в межнациональном дискурсе не станут.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белянко О.Е., Трушина Л.Б. Русские с первого взгляда. - М.: Русский язык. Курсы, 1994. – 80с.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477с.
3. Купина Н.А. Лингвистический анализ художественного текста. – М.: Просвещение, 1980. – 77с.
4. Лазари де Анджей, Лазари де Эльжбета. Образ России в польском политическом дискурсе до и после трагедии 10 апреля 2010 // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры. – Ек-г: УрГПУ, 2010. – С. 91-93.
5. Лихачев Д.А. Заметки о русском. – М.: Советская Россия, 1984. – 62с.
6. Нахимова Е.А. Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования прецедентных онимов в современной российской массовой коммуникации - АДД, Ек-г: УрГПУ, 2011. – 44с.
7. Сергеева А.В. Какие мы, русские? – М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 384с.
8. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера. – М.: Вершина. – 256с.
9. Стернин И.А. Законы общения. – Воронеж: ВГУ, 1997. – 35с.
10. Успенский Л.В. Слово о словах. – Л.: Лениздат, 1974. – 286с.

10. СТРАТЕГИИ ДИСКУРСА И АДАПТАЦИОННЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ

АДАПТАЦИОННАЯ РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ И РЕЧЕВЫЕ ТАКТИКИ В РОССИЙСКО-КИТАЙСКОМ ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Проблемам адаптации молодежи, и в том числе адаптации иностранных студентов к высшей школе, в настоящее время уделяется достаточно серьезное внимание в работах российских и китайских специалистов [В.Б. Антонова, Е.В. Виттенберг, Н.И. Гузарова, Т.С. Петровская, М.А. Иванова, Н.А. Титкова, Л.В. Корель, Ю.Л. Кравец, Н.В. Янкина, Цао Жуй, Лю Юнхэн, Тань Бяо, Гу Хунся и др.]. Общеизвестные представления об адаптации позволяют рассматривать последнюю не только как процесс приспособления организма к устойчивым и изменяющимся условиям среды, но прежде всего – как приспособление человека к жизни в обществе в соответствии с требованиями этого общества и с собственными потребностями, мотивами и интересами. «Принцип активной коммуникации» в процессе адаптации занимает важнейшее место» [Кравец 2009:47].

Интеграционные процессы в образовании реализуются в настоящее время в обмене группами студентов из России и Китая, в системе обучения 2+2 или 3+1, в прохождении языковой практики в другой стране и в ряде других форм, требующих преодоления коммуникативных адаптационных трудностей. В свою очередь, трудности обусловлены тем, что «на пути китайских студентов к российскому образованию лежат разного рода «барьеры»: значительные культурные и ментальные различия населения, ограниченные контакты с гражданами России, языковые различия, правовые, бюрократические сложности, недоброжелательность населения» [Гузарова, Петровская 2009: 27-28].

Культурные, ментальные и языковые различия между народами России и Китая определяют актуальность нашего обращения к речевым адаптационным стратегиям и тактикам как лингводидактическому средству преодоления многих коммуникативных «барьеров».

При трактовке термина «коммуникативная стратегия» многие исследователи отмечают его близость к понятию замысла,

плана построения речи, а также направленность стратегии на реализацию прогнозируемого эффекта речевого воздействия. Коммуникативная (речевая) стратегия в самом общем виде – это «комплекс речевых действий, направленный на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 1999:54]. В свою очередь, под коммуникативной тактикой мы понимаем достаточно крупную коммуникативную единицу – конкретную методику, схему действия, направленную на реализацию той или иной частной коммуникативной задачи в рамках избранной стратегии. Кроме того, в статье использован термин «коммуникативный ход», под которым вслед за О.С. Иссерс мы понимаем «прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики» [Там же:117].

Каждому дискурсу соответствует определенный набор коммуникативных стратегий, а каждой коммуникативной стратегии – свой набор тактик. Так, применительно к педагогическому внутринациональному дискурсу В.И. Карасик выделяет следующую группу стратегий: «Стратегии педагогического дискурса состоят из коммуникативных интенций, конкретизирующих основную цель социализации человека – превратить человека в члена общества, оазделяющего систему ценностей, знаний и мнений, норм и правил поведения этого общества. Можно выделить следующие коммуникативные стратегии: объясняющую, оценивающую, контролирующую, содействующую, организующую» [Карасик 2002:213].

Свой набор стратегий и тактик имеет и межнациональный педагогический дискурс. Мы считаем, что, кроме стратегий, общих и для внутринационального, и для межнационального педагогического дискурса, важнейшей для последнего является адаптационная стратегия и соответствующий ей набор речевых тактик. Попытаемся охарактеризовать тактические разновидности реализации адаптационной стратегии применительно к такой части межнационального педагогического дискурса, как собственно образовательный (методический) дискурс.

Применительно к тексту адаптация понимается как «сокращение и упрощение печатного текста, чаще всего иноязычного, для изучения языка или для малоподготовленных читателей» [Словарь иностранных слов]. Однако взаимодействие людей в современном мультикультурном пространстве требует решения бо-

лее широких коммуникативных задач, чем простая редукция текста. Поэтому под АДАПТАЦИОННОЙ СТРАТЕГИЕЙ применительно к межнациональному педагогическому дискурсу в такой его области, как лингводидактика РКИ (русского языка как иностранного) мы понимаем приспособление дидактического материала для решения коммуникативных (бытовая и деловая речь), культурологических, ментальных, собственно образовательных и иных задач. Ограниченный объем статьи не позволяет нам описать весь арсенал тактических схем, соотносимых с данной стратегией, однако мы попытаемся охарактеризовать как те из них, которые реализуются в дидактическом материале для студентов-иностранцев, так и те, которые еще нуждаются в лингводидактической разработке. Материалом для интерпретации коммуникативных тактик послужили, главным образом, учебные пособия для китайских студентов, изучающих русский язык.

1. Тактика простой адаптации (коммуникативные ходы – небольшое сокращение текста; замена некоторых образных слов и выражений на нейтральную лексику). Сравним фрагменты рассказа К. Паустовского «Снег» (части оригинального текста, которые при адаптации были сокращены или лишены образности, выделены).

*** Оригинальный текст**

Старик Потапов умер через месяц после того, как Татьяна Петровна поселилась у него в доме. Татьяна Петровна осталась одна с дочерью Варей и старухой нянькой.

Маленький дом – всего в три комнаты – стоял на горе, над северной рекой, НА САМОМ ВЫЕЗДЕ ИЗ ГОРОДКА. За домом, ЗА ОБЛЕТЕВШИМ САДОМ, белела березовая роща. В НЕЙ С УТРА ДО СУМЕРЕК КРИЧАЛИ ГАЛКИ, НОСИЛИСЬ ТУЧАМИ НАД ГОЛЫМИ ВЕРШИНАМИ, НАКЛИКАЛИ НЕНАСТЬЕ.

Татьяна Петровна долго не могла привыкнуть после Москвы к пустынному городку, К ЕГО ДОМИШКАМ, СКРИПУЧИМ КАЛИТКАМ, к глухим вечерам, КОГДА БЫЛО СЛЫШНО, КАК ПОТРЕСКИВАЕТ В КЕРОСИНОВОЙ ЛАМПЕ ОГОНЬ.

«Какая я дура! – думала Татьяна Петровна. – Зачем уехала из Москвы, бросила театр, друзей! Надо было отвезти Варю к няньке в Пушкино – там не было никаких налетов, - а самой остаться в Москве. Боже мой, какая я дура!»

Но возвращаться в Москву было уже нельзя. Татьяна Петровна решила выступать в ЛАЗАРЕТАХ – их было несколько в городе – и успокоилась. Городок начал ей даже нравиться, особенно когда пришла зима И ЗАВАЛИЛА ЕГО СНЕГОМ. Дни стояли МЯГКИЕ, СЕРЫЕ. Река долго не замерзала; от ее ЗЕЛЕННОЙ воды поднимался пар (К. Паустовский «Снег»).

*** Адаптированный текст** (Учебник русского языка для китайских студентов «Восток», часть 4).

Старик Потапов умер через месяц после того, как Татьяна Петровна поселилась у него в доме. Татьяна Петровна осталась одна с дочерью Варей и старухой нянькой.

Маленький дом – всего в три комнаты – стоял на горе, над северной рекой, недалеко от дороги. За домом белела березовая роща.

Татьяна Петровна долго не могла привыкнуть после Москвы к пустынному городку, к его маленьким деревянным домикам и глухим вечерам.

«Какая я дура! – думала Татьяна Петровна. – Зачем я уехала из Москвы, бросила театр, друзей! Надо было отвести Варю к няньке в Пушкино – там не было никаких налетов, - а самой остаться в Москве. Боже мой, какая я дура!»

Но возвращаться в Москву было уже нельзя. Татьяна Петровна решила, что будет выступать в госпиталях, - их было несколько в городке – и успокоилась. Городок начал ей даже нравиться, особенно когда пришла зима и все вокруг покрылось снегом. Дни стояли теплые. Река долго не замерзала, от ее воды поднимался пар.

2. Тактика пересказа печатного текста (коммуникативные ходы – редукция текста, иногда значительная, устранение в тексте большинства образных, и прежде всего – национально-ментальных компонентов, игнорирование поэтики оригинального текста).

Данная тактика имеет свои достоинства и недостатки. С одной стороны, текст (и прежде всего художественный) становится более простым и ясным для иностранца, изучающего русский язык, так как на первый план в адаптированных таким образом

текстах выходит их поверхностный смысл. С другой стороны, такой текст теряет национальный колорит, в нем исчезают ментальные характеристики, оценочный компонент и многое другое из того, что придает тексту художественность и помогает читателю-иностранцу глубже проникнуть в суть национального характера. Приведем для сравнения примеры адаптированного и неадаптированного текстов (сказ П.П. Бажова «Каменный цветок»).

*** Оригинальный текст**

Был в ту пору мастер Прокопыч. По этим делам первый. Лучшие его никто не мог. В пожилых годах был. Вот барин и велел приказчику поставить к этому Прокопьевичу парнишек на выучку.

- Пуцай-де переймут все до тонкости.

Только Прокопыч, - то ли ему жалко было расставаться со своим мастерством, то ли еще что, - учил шибко худо. Все у него с рывка да с толчка. Насадит парнишке по всей голове шишек, уши чуть не оборвет, да и говорит приказчику:

- Не гождь этот... Глаз у него неспособный. Рука не несет. Толку не выйдет.

Приказчику, видно, заказано было улаживать Прокопыча.

- Не гождь, так не гождь... Другого дадим. - И нарядит другого парнишку.

Ребятишки прослышали про эту науку... Спозаранку ревут, как бы к Прокопичу не попасть. Отцам-матерям тоже не сладко родного дитенка на зряшнюю муку отдавать - выгораживать стали своих-то, кто как мог... Так вот и перебирали приказчик с Прокопычем много ребятишек, а толк один: на голове шишки, а в голове - как бы убежать. Нарочно которые портили, чтобы Прокопыч их прогнал.

Вот так-то и дошло дело до Данилки Недокормыша. Сиротка круглый был этот парнишечко. Годов, поди, тогда двенадцати, а то и более. На ногах высоконожий, а худой-расхудой, в чем душа держится. Ну а с лица чистенький. Волосенки кудрявеньки, глазки голубеньки...

Одно Данилушке далось. На рожке он играть научился - куда старику! Чисто на музыке какой. Вечером, как коров пригонят, девки-бабы просят:

- Сыграй, Данилушка, песенку.

Он и начнет наигрывать. И песни все незнакомые. Не то лес шумит, не то ручей журчит, птички на всякие голоса перекликаются. А хорошо выходит. Шибко за те песенки стали женщины привечать Данилушку. Кто пониточек починит, кто холста на онучи отрежет, рубашонку новую сошьет. Про кусок и разговору нет – каждая норовит дать побольше да послаще (П. Бажов «Каменный цветок»).

*** Адаптированный текст** (Учебник русского языка для китайских студентов «Дорога в Россию», часть 4).

Давным-давно жил на Урале один старый мастер. Он умел делать из камня разные красивые вещи: шкатулки, вазы, чаши... Люди говорили, что на всем Урале никто не мог делать лучше него такие красивые вещи из камня. Был это мастер уже стар, а учеников у него не было. Почему? Может быть, потому, что характер у мастера был очень тяжелый. Придет к нему ученик, поработает с ним в мастерской день или два, а на третий день мастер и говорит: «Не нужен мне такой ученик. Нет у него таланта». Или другое скажет: «Ленивый очень, трудиться не любит». Не будет он хорошим мастером!». А некоторые ученики сами испугались и убежали от мастера, так как старый мастер мог и за ухо взять, и по лбу дать. Так и остался мастер один, без учеников.

Жил в том краю один парень. Звали его Данила. Он был сиротой, не было у него ни отца, ни матери. Парень он был красивый, высокий. У него были голубые глаза и кудрявые волосы. Данила умел играть на дудочке и петь хорошие песни. За эти песни люди любили Данилу и помогали ему: кто хлеба даст, кто молочка принесет, кто рубашечку подарит. Так и жил Данила один.

При такой адаптации текста сохраняется лишь его основной его смысл: одинокий мастер-камнерез Прокопьяч никак не мог найти себе достойного ученика, а сироте Даниле, хорошо умеющему играть на рожке, люди помогали чем могли. Однако теряются часть содержания текста, его смысловые фрагменты («пущай-де переймут все до тонкости», «учил шибко худо»), а, главное, поэтика текста: национальный колорит («отцам-матерям тоже не сладко родного дитенка на зряшнюю муку отдавать»); уральский колорит («шибко», «привечать», «пониточек»), отно-

шение автора к изображаемому, в том числе с помощью уменьшительно-ласкательной экспрессивной лексики и фразеологии («дитенок», «Данилка», «парнишечко», «рубашонка», «сиротка круглый», «худой-расхудой», «в чем душа держится»). Наконец, при подобном пересказе элиминируются ментальные компоненты («Одно Данилушке далось» - безличная, бессубъектная конструкция, отражающая влияние Бога, судьбы на жизнь человека). Мы считаем, что в данном случае реализация тактики адаптации, понимаемой составителями учебника как вольный пересказ печатного текста, с одной стороны, не способствует взаимопроникновению культур, прикосновению иностранных студентов к национально-ментальной специфике русского народа, а отсюда – взаимопониманию людей разных национальностей. С другой стороны – вольный пересказ облегчает восприятие и понимание китайскими студентами закономерностей построения русского нарратива, упрощенную модель которого можно представить следующим образом: КАКОЕ СОБЫТИЕ/СОБЫТИЯ – С КЕМ – КОГДА – ГДЕ – ПРОИЗОШЛО?

3. Тактика адаптации к речеповеденческим особенностям и различиям реализуется главным образом при обучении китайских студентов диалогической речи. В настоящее время в РКИ наблюдается тенденция к увеличению количества учебного материала, имеющего живой дискурсивный характер. Он отличается от во многом искусственных учебных диалогов современным лексическим наполнением, отражением особенностей живой разговорной речи, учетом компонентов ситуации общения, акцентом на невербальные средства общения. Данная тактика реализуется с помощью таких коммуникативных ходов, как внутритекстовые пояснения (своеобразные ремарки), комментирование, сопоставление нравов и обычаев народов двух стран, вариативное представление смысла высказывания, введение в текст компонентов ситуации общения, переспросы, акцентирование внимания на определенных моментах диалога и др. Приведем пример реализации тактики адаптации к речеповеденческим различиям - диалог из учебного пособия для китайских студентов базового уровня обучения (Антонова, Руженцева, Ли Минь 2011):

Прочитайте диалог «Встреча партнера в аэропорту».

(Если это ваша первая встреча с русским партнером, – раньше вы никогда не виделись – то, приветствуя гостя в аэро-

порту, необходимо держать в руках табличку, на которой должно быть написано название вашей организации. Например: «Цилиньский институт русского языка». Так партнеру будет проще опознать вас).

– Здравствуйте, меня зовут Ши Пинь, я начальник международного отдела Института русского языка. Для вашего удобства вы можете звать меня Яша. Добро пожаловать в Киаит.

– Здравствуйте, Яша! Спасибо, очень приятно. Как вы, наверное, знаете, меня зовут Александр Миронов.

– Разрешите представить вам переводчика Пашу, который будет сопровождать вас и помогать вам в общении.

– Рад с Вами познакомиться!

В России принято, приветствуя партнера, пожимать его правую руку. И т.д.

В этом учебном пособии есть и иные формы адаптации к речеповеденческим различиям. Приведем примеры различных адаптационных форм.

Знаете ли вы, что.../Это надо знать!

Если кондуктор далеко от пассажира и у него нет возможности подойти ближе, то пассажир должен передать деньги за билет через других пассажиров:

- Передайте, пожалуйста, деньги за билет кондуктору.

Если вы не знаете, когда будет ваша остановка, обратитесь к кондуктору с просьбой:

- Извините, я – гость этого города и поэтому не знаю, когда будет остановка «Цирк. Будьте добры, предупредите меня заранее.

Если следующая остановка – ваша, то поинтересуйтесь у соседей, выходят ли они:

- Извините, вы на следующей остановке выходите?

- Нет.

Тогда разрешите я пройду.

Запомните. Узнать о стоимости товара можно при помощи следующих фраз:

Сколько это стоит?

Сколько? (разговорный вариант)

Это по какой цене? (разговорный вариант)

Почем эти яблоки? (разговорный вариант)

Сколько вы хотите за эту куртку? (такой вариант подходит для рынка)

Сколько вы просите за эту собаку? (такой вариант подходит для так называемого «Птичьего рынка», где продают животных и птиц).

Это важно/Это интересно

В Китае на конечных остановках автобуса, чтобы занять сидячие места, китайцы встают в очередь и спокойно, терпеливо дожидаются своей возможности сесть в автобус. В России в основном по-другому – без очередей: кто успел первым залезть в автобус, тот и занимает сидячие места. Поэтому, к сожалению, русские часто толкаются, залезая в автобус, чтобы занять места.

4. Тактика адаптации к невербальным средствам передачи информации и к невербальным различиям реализуется, как правило, посредством таких коммуникативных ходов, как объяснение (в том числе с использованием словарных толкований), отсылка, комментирование, иллюстрирование, контекстуальная поддержка, включение дополнительной информации, например, информации о значении фразеологических оборотов. Приведем примеры из «Словаря русских жестов и мимики» (авторы А.А. Акишина, Кано Хироко):

***СИДЕТЬ/СЕСТЬ, расставив ноги**

**Сидеть, раздвинув колени и поставив ступни далеко друг от друга.*

Небрежная поза у мужчин. Садитесь, будьте как дома, - сказала хозяйка. Да мы и так как дома, - сказал пожилой мужчина и сел, расставив ноги.

Поза не принята у женщин, и если встречается, то характеризует женщину как невоспитанную, неряшливую.

***ИГРАТЬ/ПОИГРАТЬ бровями**

1. Двигать бровями или бровью вверх и вниз или к переносице. 2. См. ПОДНИМАТЬ брови – 272. 3. См. ХМУРИТЬ брови – 292.

1. Сосредоточенно думать. 2(1,2). Кокетничать. Отец Людмилы, красивый мужчина лет сорока, был кудряв, усат и как-

то особенно победно шевелил густыми бровями (М. Горький. В людях).

И бровью не повести: никак не отреагировать.

5. Тактика адаптации к культурным и ментальным различиям

Ментальные различия между народами России и Китая восходят прежде всего к различиям культур. Так, китайский исследователь Лань Ся пишет об «эндогенных конфуцианских дальневосточных культурах с рациональными, аскетическими, практическими и активными ценностными установками по отношению к внешнему миру, ориентированными на практическое приспособление к миру, сильными традициями трудовой этики», и об «экзогенных установках русской культуры, выступающей духовной заступницей всех людей независимо от их национальных или религиозных особенностей, но при этом практическую деятельность она не рассматривает самостоятельной духовной ценностью, а считает ее лишь необходимым этапом жизни, подчиненным конечным, высоким духовным ценностям» [Лань Ся 2010 : 20]. Духовное начало русского национального характера неоднократно отмечалось его исследователями, ср., например, точку зрения А.В. Сергеевой: «Для них (русских – Н.Р.) очень важна внутренняя (душевная, духовная) сторона жизни. Порою она даже важнее, чем материальные вещи. Не случайно в их жизни (и в языке) такую важную роль играет понятие *душа*. В других языках *душа* – нечто эфемерное, что покидает тело после смерти. Для русских же это нечто материальное, это как нить, связующая каждого человека с остальными... носитель этического идеала» [Сергеева 2010: 43].

Взаимопонимание, согласие, сотрудничество, толерантность и другие условия мирного межнационального сосуществования настоятельно требуют от человека знания и понимания культурно-ментальных особенностей людей иных национальностей. Однако в лингводидактическом материале по РКИ гораздо полнее представлены внешние межнациональные различия, чем внутренние. В свою очередь, отражение в лингводидактике национальной специфики сознания будет, на наш взгляд, способствовать скорейшему приспособлению людей разных национальностей друг к другу, уважению к внутреннему миру другого человека, пониманию того, что иностранец не хуже и не лучше тебя самого – он просто мыслит и чувствует по-иному.

Основным коммуникативным ходом для реализации этой тактики мы считаем **интерпретацию**. Это, например, – истолкование русских фразеологических единиц, пословиц и поговорок, отражающих особенности русского менталитета: «душа нарасташку», «болеть душой», «взять грех на душу», «бремя спадет с души», «взять за душу», «душа лежит/не лежит», «душа не принимает», «душа тянется», «живая душа», «по велению души», «Шуба овечья, да душа человечья», «Хоть мошина пуста, да душа чиста» и др.

Интерпретации могут подлежать и текстовые фрагменты, отражающие особенности русского национального характера. Подобного дидактического материала в учебниках по РКИ очень мало, хотя именно последний позволяет понять многие особенности национального поведения и адаптироваться к ним. Так, А.В. Сергеева отмечает, что «русские редко бывают спокойно расчетливыми людьми, они приносят в любое дело эмоции и личные переживания. От них нелегко требовать объективного отношения, «здорового смысла», жесткой логики и спокойного расчета при решении вопроса» [Сергеева 2010:44].

Приведем неадаптированный фрагмент из указанного выше сказа П. Бажова «Каменный цветок», который является художественной интерпретацией фразем «душа не лежит», «душа не принимает»:

...Сделал Данилушко чашу по барскому чертежу. Приказчику, конечно, не сказали, а дома у себя гулянку маленькую придумали сделать.

- Катя – невеста-то – с родителями пришла, еще которые... из мастеров же малахитных большие. Катя дивится на чашу.

- Как, – говорит, только ты ухитрился узор такой вырезать и камня нигде не обломил! До чего все гладко да чисто обточено!

Мастера тоже одобряют:

- В аккурат-де по чертежу. Придаться не к чему. Чисто сработано. Лучшие не сделать, да и скоро. Так-то работать станешь – пожалуй, нам тяжело за тобой тянуться.

Данилушко слушал-слушал да и говорит:

- То и горе, что похаять нечем. Гладко да ровно, узор чистый, резьба по чертежу, а красота где? Вон цветок... самый что ни есть плохонький, а глядишь на него – сердце радуется. Ну а эта чаша кого обрадует? На что она? Кто поглядит, всяк, как вон Катенька, подивится, какой-де у мастера глаз да рука, как у него терпенья хватило нигде камень не обломить.

- А где оплошал, - смеются мастера, там подклеил да полетом прикрыл, и концов не найдешь.

- Вот-вот... А где, спрашиваю, красота камня? Тут прожилка прошла, а ты на ней дырочки сверлишь да цветочки режешь. На что они тут? Порча ведь это камня. А камень-то какой! Первый камень! Понимаете, первый!

Работа с подобными текстами в иностранной аудитории сопровождается большими трудностями именно из-за выраженного национально-ментального характера высказываний. Труден для понимания историко-культурный контекст, в котором проходит ситуация диалога; трудности связаны с разговорным синтаксисом бажовского сказа, с наличием диалектных и просторечных слов и выражений, а также с идиоматичностью текста (*придраться не к чему, чисто сработано, тяжело за тобой тянуться, похаять нечем, самый что ни есть, сердце радуется, концов не найдешь и др.*). И тем не менее подобный текстовый материал лучше всего, на наш взгляд, раскрывает специфику русского национального характера и сознания, приближая иностранцев к их пониманию.

Другой коммуникативный ход, способствующий адаптации к межкультурным различиям, можно с известной долей условности назвать **демонстрационно-сопоставительным**. Этот коммуникативный ход в известной степени реализуется в учебниках по РКИ в рамках текстов, в которых сопоставляется поведение людей разных национальностей (праздники, подарки, сувениры и т.д.). И все же сопоставление речевого поведения находит преимущественное отражение в научных исследованиях и пока еще слабо перешло в лингводидактику. Особенно это касается этикетных норм и форм проявления вежливости, хотя адаптация к чужой культуре невозможна, если студенты не усвоили различия этикетных форм и не приняли как обязательные нормы чужой культуры хотя бы на время нахождения в чужой стране. Например, этикетное русское обращение студента к преподавателю од-

нозначно – по имени и отчеству. А китайское этикетное обращение включает наименование профессии или должности: *«Преподаватель Ван, когда будет консультация?»*. «В Китае обязательно называть мамой и папой родителей мужа или жены после свадьбы. Для китайцев это норма национального этикета. А в России это принято только в некоторых семьях, особенно в сельской местности» [Сюй Сяо Бо, И.П. Лысакова:150]. Демонстрационно-сопоставительный коммуникативный ход в рамках реализации тактики адаптации к культурным и ментальным различиям должен, как мы считаем, в обязательном порядке проходить через все национально ориентированные учебники и пособия по РКИ. В противном случае возможны коммуникативные неудачи, резко затрудняющие целостный процесс адаптации к чужому языку, речи, тексту, дискурсу, включающему множество различных, культурно обусловленных ситуаций общения на чужом языке.

5. Тактика инкорпорации

Эта тактика базируется на идее глокализации (термин Р. Робертсона). «Глокализация – присутствие локального в глобальном или инкорпорирование элементов одной культурной системы в пространство другой по принципу коллажной сборки» [Спирина 2008: [http](#)]. На лингводидактическом уровне эта тактика реализуется в настоящее время недостаточно, хотя в текстах других, не учебных жанров используются такие соотносимые с ней коммуникативные ходы, как введение в русскоязычный текст иноязычного эквивалента (формальный уровень) и введение в текст сведений об особенностях или достижениях той или иной культуры, повлиявших на развитие мировой цивилизации. Приведем примеры введения элементов одного языка в пространство другого и одной культуры в общемировое культурное пространство (основной коммуникативный ход – включение слов или информационных фрагментов в широкий контекст):

1. Введение в русский текст китайских эквивалентов, помогающих и русским, и китайским читателям быстрее адаптироваться к специальной терминологии:

В китайской кухне существует более двадцати видов приготовления пищи: обжаривание с двух сторон (дзень), жарка на большом количестве масла (чхао), жарка во фритюре (джа), тушение (шао), копчение (сюнь), гриль (кхао), варка на пару в

бамбуковых ситах (джэн), варка в воде (джу), варка в бульоне со специями (хуэй), варка в сое (лу) и т.д. (Д. Благой. Новый русско-китайский разговорник для туристов и деловых людей. М.: Цитадель-трейд, 2005).

2. Введение в текст информации об общецивилизационных элементах китайской культуры, в известной степени помогающих читателю заменить идею изоляционизма на идею глокализации и адаптироваться к мысли о единстве и взаимообогащении национальных культур:

До изобретения бумаги китайцы писали свои письма на деревянных навощеных дощечках, потом на ткани тушью... Придворный советник императора Хо, живший во 2 веке нашей эры, Цай Лунь считается одним из изобретателей бумаги. Он предложил изготавливать ее с помощью каменной ступы, деревянного песта и сита, используя некоторые волокнистые растения... В течение многих веков китайцы сберегали тайну изготовления бумаги. Но случилось непредвиденное... Среди множества пленников, приведенных в Самарканд, оказались и китайские мастера, умевшие делать бумагу из волокон дуба, шелковицы, льна... Первой в Европе начала делать бумагу Испания, переняв искусство ее изготовления у своих завоевателей – арабов. Через несколько лет бумага появилась в Италии, потом во Франции, Венгрии, Германии, России, Голландии, Швеции. Интересно, что она приходила из одной страны в другую примерно через равные промежутки времени (50-100 лет) (В.В. Богданову, С.Н. Попова Истории обыкновенных вещей. М.: Педагогика-Пресс, 1992).

Подводя итоги, хотелось бы заметить, что мировые интеграционные процессы должны активно отражаться и в сфере вузовского образования. Адаптационная стратегия на внетекстовом и текстовом, в том числе – лингводидактическом, уровне и соответствующий ей набор тактических схем являются важнейшей, на наш взгляд, составляющей современного межнационального педагогического дискурса. Их использование в образовательном процессе уменьшает стремление молодого поколения к полной социокультурной изоляции и помогает реализации глобальной стратегии мультикультурализма, предполагающей взаимодействие культур, основанное не на принципе субординации, а на принципе координации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акишина А.А., Хироко Кано. Словарь русских жестов и мимики. – М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 208с.
2. Антонова Ю.А., Руженцева Н.Б., Ли Минь. Стилистика и литературное редактирование: учебное пособие для китайских студентов. - Екатеринбург: УрГПУ, 2011. – 176с.
3. Гузарова Н.И., Петровская Т.С. К вопросу о повышении адаптации китайских студентов к академической и социально-культурной среде Сибирского университета // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире.- Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 26-29.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи.- Омск: ОмГУ, 1999. – 285с.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград:Перемена, 2002. – 477с.
6. Кравец Ю.Л. К вопросу социальной адаптации иностранных студентов в условиях интеграции образовательных систем // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 45-49.
7. Лань Ся. Социальная динамика межкультурных коммуникаций России и Китая/ АКД, М.: 2010.
8. Сергеева А.В. Какие мы, русские? – М.: Русский язык. Курсы. – 2010. – 384с.
9. Спирина Е.А. Взаимодействие этнокультурных интересов культурных групп в мультикультурном пространстве (на примере языка) // <http://www.pws-conf.ru/nauchnaya/lss-2008/243-verbalnoe-obshchenie/6333-vzaimodeystvie-etnokultur.html>
10. Сюй Сяо Бо, Лысакова И.П. Национальная специфика языковой объективизации категории «вежливость» в русской и китайской коммуникативной культурах // Вежливость как коммуникативная категория. Вып. 17. – Воронеж: ВГУ, 2003. – С. 149-160.

11. ДЕСТРУКЦИЯ ДИСКУРСА

«Я ПРОВЕЛА АУДИТ ГАРЕМНЫХ ГРОССБУХОВ»: ДЕСТРУКЦИЯ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕДИСКУРСА В КОНТЕКСТЕ ЭПОХИ (НА МАТЕРИАЛЕ ТУРЕЦКОГО ТЕЛЕСЕРИАЛА «ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ ВЕК»)

Любой дискурс, участниками которого являются люди разных национальностей, можно, с нашей точки зрения, считать межнациональным. Сказанное в полной мере относится и к межнациональным форматам дискурса СМИ: радиодискурсу, теледискурсу, кинодискурсу, газетно-журнальному дискурсу. Конкретными межнациональными текстовыми проявлениями дискурса являются газеты и журналы, кинофильмы, а также теле- и радиопрограммы, созданные представителями одной национальности (или совместно), однако предназначенные людям другой национальности. В свою очередь, проблемы, связанные с межнациональным дискурсом СМИ, находятся лишь в начальной стадии изучения. Именно поэтому мы обратились в данной статье к фильму (телесериалу) с субтитрами на неродном языке.

Успешный дискурс «по необходимости должен сочетать в себе признаки эффективности, оптимальности и нормативности (включая в последние культурную рамку общения) [(Виноградов 1996:148)]. В свою очередь, важнейшим направлением в области дискурсивных исследований, и в том числе тесно связанной с последними области культуры речи, является изучение «фактов и факторов деструкции дискурса, т.е. тех явлений, которые деформируют, затрудняют или делают невозможным общение. В первом приближении можно выделить три типа таких явлений: нарушение коммуникативной нормы, коммуникативные неудачи, коммуникативные помехи» [Там же: 149].

В качестве основных помех, барьеров для межкультурной коммуникации, обуславливающих деструкцию дискурса, исследователи традиционно выделяют следующие:

*подсознательное ожидание сходства, а не различия между культурами;

*этноцентризм;

*стереотипы в отношении партнера по коммуникации – негативные, позитивные или нейтральные;

*стремление к обобщениям и оценкам;

*беспокойство и волнение;

*языковые различия;

*различия в интерпретации невербального поведения [Jandt 1995:39-43, Lary Barna 1997: 370-378].

Приведенный список коммуникативных помех далеко не полон, поэтому мы посвятили данную статью барьерам, деструктурирующим межнациональный дискурс в связи с учетом фактора лингвокультурной идентичности. Этот фактор проявляется в игнорировании языковых требований при отражении национальных реалий определенной исторической эпохи.

Турецкий телесериал «Великолепный век» вышел в свет в 2011 году и сразу же завоевал признание зрителей и в самой Турции, и в европейских странах, и в России (к настоящему времени в сеть Интернет на него поступило более 5000000 откликов). Действие сериала, события которого получили несколько иную интерпретацию в романе украинского писателя Павло Загребельного «Роксолана», относится к первой половине XVI века - времени правления султана Сулеймана Великолепного. Героями сериала являются как вымышленные персонажи, так и реально существовавшие лица – султан Сулейман Великолепный, его жены (украинка Александра Лисовская, получившая при переходе в ислам имя Хюррем, и черкешенка Махидевран), ее сын, наследник престола Мустафа, Великий визирь османской империи, грек по происхождению, Ибрагим, мать султана – валиде Айше Хафса, дочь крымского хана Гирея, сестра султана Хатидже и т.д. Историческая канва правления Сулеймана Великолепного в сериале тоже соблюдена и в общем виде соответствует фактуальной информации, отраженной в документах. На российских телеканалах показываются лишь дублированные серии, однако новые, еще не дублированные серии выкладываются в Интернет с субтитрами – переводами диалогов с турецкого языка на русский язык, сделанными турецкими переводчиками или смешанным турецко-русским коллективом. Вариант турецкого сериала с субтитрами можно с полным правом отнести к межнациональному дискурсу, так как субтитры на русском языке, сделанные со слуха или с

монтажного листа, адаптируют фильм к восприятию русскоязычного зрителя.

К обязательным условиям корректного перевода в рамках национально-исторических произведений относятся как подбор точных эквивалентов слов и выражений, так и уместное употребление архаической лексики и заимствованных слов, в том числе экзотизмов и варваризмов. Функции заимствований в художественном тексте в общем виде сводятся исследователями к: созданию национально-исторического колорита, речевой характеристике персонажа, описанию чужеземных обычаев, быта, нравов и т.п. Неоднократно писалось и о «чужеродности» такой лексики, о необходимости чувства меры в ее использовании. Наши наблюдения позволяют, как нам кажется, сформулировать основной стилистический принцип введения экзотической лексики в русскоязычный художественный текст. Это ТОЧЕЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ ТАКИХ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ (С ПОЯСНЕНИЯМИ ОТНОСИТЕЛЬНО ИХ ЗНАЧЕНИЯ ИЛИ БЕЗ НИХ) В ОТНОСИТЕЛЬНО НЕЙТРАЛЬНЫЙ МОНОСТИЛЕВОЙ КОНТЕКСТ. Избыточность экзотизмов или полистилизм в национально ориентированных произведениях часто имеют следствием трудно воспринимаемую, крайне эклектичную лексико-стилистическую «амальгаму». Приведем примеры корректного, на наш взгляд, введения экзотической лексики, в том числе устаревшей, в художественные тексты.

* *Аяра сопровождали четверо воинов. У каждого свежий конь из джизакских табунов Тимура, под ЧЕКМЕНЕМ – легкий ЯТАГАН, в руке – легкое копье... В Каршах, в тесном древнем городе, остановились ночевать под кровом многолюдного, шумного КАРАВАН-САРАЯ, заслоненного от базара строем больших, ветвистых КАРАГАЧЕЙ... КАРШИ – значит дворец. А дворец в Несефе поставил правнук Чингис-хана Казан-хан, отец великой госпожи, тут и родилась она, в этом самом дворце, тут и росла до пятилетнего возраста... Как зять Казан-хана нынче прозывается Тимур ГУРАГАНОМ – ханским зятем. А дворца того в Каршах уже нет (С. Бородин. «Звезды над Самаркандом»).*

* *Зато Нагасаки была чудесна! Город издревле соперничал с Киото в искусстве ГЕЙШ, воспитанных на манерах «СИРАБЕСИ», истоки которых терялись в XII веке, и русские офицеры*

охотно посетили уроки танцев ДЕВОЧЕК-МАЙКО, будущих куртизанок (В. Пикуль. «Три возраста Окини-сан»).

** Гости уже подвыпили, зал наполнялся общим говором.*

- ГОМЭН КУДАСАЙ, - вдруг коснулось слуха Коковцева.

Он увидел перед собой изящную японку, сильно перетянутую в талии ПОЯСОМ-ОБИ. Удивителен был тонкий овал ее лица (Коковцев вспомнил, что такие лица в Японии называют «УРИДЗАНЭГАО» - дынное семечко). Кланяясь, женищина спросила его:

- Вы разве не узнаете меня, КОКОЦУ-САН? (Там же).

В связи с приведенными выше фрагментами текста нельзя говорить о деструкции художественного дискурса, так как употребление заимствованной лексики оправдано внешними факторами текстообразования (авторским замыслом, описываемой ситуацией и др.). Относительно нейтральный контекст способствует пониманию заимствований, в том числе варваризмов и выражений, данных без перевода. Среднестатистический читатель без труда понимает их значение, опираясь на языковую догадку, благодаря которой значения незнакомых слов адекватно актуализируются в привычном контексте (например, и без перевода ясно, что в последнем примере ГОМЭН КУДАСАЙ означает приветствие).

Достаточно большое число недостаточно освоенных заимствований используют и переводчики субтитров «Великолепного века», аналогичным образом включая их в нейтральный контекст и предоставляя зрителю догадываться о значении слов по широкой и узкой ситуациям, поддерживаемыми визуальным рядом. К экзотизмам относятся главным образом наименования лиц, предметов и действий.

Наименования лиц: *ага, акынджи (воин), балтаджи (охранный), бей, бейлербей, гяуры (неверные), иблис (черт), кадий (судья), калфа (старшая женищина в гареме), паша, шахзаде, эфенди, хасеки (жена султана), хатун (наименование женищины определенного положения, например: Дайя-хатун), хазнедар (начальница гарема), ходжа, шейх и др.*

Наименования предметов: *акче (денежная единица), фетва (послание), шербет, лукум, кешкюль, береk с луком (еда), хамам (баня) и др.*

Наименование действий, процессов, обычаев: *сюннет* (обрезание); *никях* (брачная церемония); *хальвет* (встреча султана с наложницей); *матрак* (игра); *намаз* (молитва); *хадисы* (про-рока) и др.

Уместными в субтитрах сериала являются и цитирование восточных поэтов, в том числе стихов самого султана Сулеймана, имевшего поэтический псевдоним Мухибби, а также стилизации под восточную поэзию:

** Сердце мое полно печали, глаза наполнились слезами. Я - Мухибби, и я счастлив; Ах, роза моего цветника! Принцесса моей любви, моей радости и грусти* (Стихи Ибрагима для Хатидже); *Сиянье твое зажигает луну в ночи/Я – твоя ночь/Ты – для меня луна* (стихи Джеллаладина Руми).

Подобные номинации помогают переводчикам воспроизвести национальную стилистику высказываний, что в сочетании с визуальным рядом обеспечивает единство телесобщения как креолизованного текста.

И тем не менее в субтитрах «Великолепного века», сделанных турецкими переводчиками, наблюдаются множественные факты деструкции дискурса, обусловленные рядом причин и имеющие следствием коммуникативные неудачи при восприятии сериала российским зрителем. **Во-первых**, это ошибки переводчиков, обусловленные недостаточной компетенцией последних в русском языке или поспешностью переводческой деятельности:

**Чтобы угодить Гюль-аге, все время вокруг него КРУШИТЬСЯ* (вместо: сокрушаться) надо.

**Но вы же говорили, что он бесчувственная ЧУРБИНА* (вместо: чурбан).

**Вам знакома ТАКАЯ СЕБЕ ПРИНЦЕССА – Изабелла Фортуна?*

**Сюмбюль своим грязным РОТКОМ* (вместо: ртом) признался.

**Кто вам ПРИЕМНИК* (вместо: преемник), валиде?

**Святой Иисус – пророк невиданной БЛАГОДЕТЕЛИ* (вместо: благодати).

**Я опять из-за тебя опять ВЫСЛУШИВАЮ* (вместо: получаю) *НАГОНЯЙ*.

**Возьми корону и ДОПРАВЬ (вместо: отправь) в Буду королю Запольи.*

**Поскольку вы его (письмо) спрятали в футляр, я думала, что это что-то ОСОБО ОСОБОЕ.*

**Раз ты ПРОВЕЛА (вместо: обвела) МЕНЯ ВОКРУГ ПАЛЬЦА, можешь идти.*

**Я так СОСКУЧИЛСЯ (норма требует ПО КОМ/ЧЕМ?) ВИДЕТЬ СЧАСТЬЕ В ВАШИХ ГЛАЗАХ.*

**Разве такая великая Хюррем-султан НЕ МОЖЕТ УМЕРЕТЬ? Это НЕВОЗМОЖНО (неверная отрицательная конструкция).*

**Мы не столкнулись ни с какими ВЕДОМОСТЯМИ (вместо: сведениями) о том, что за этим кто-то стоит.*

**Валиде вся В РАССТРОЙСТВАХ (неверная форма множественного числа).*

**Как мой сын может УВЕЩЕВАТЬ (вместо: упрекать) меня из-за жалобы этой женщины?*

**Они хотят ПРОЙТИ К ВАМ НА АУДИЕНЦИЮ (вместо: получить у вас).*

**ПОЧТО (вместо: зачем) ему дети?*

**Должно быть, он был ВЕСЬ ВНЕ СЕБЯ.*

**Эти МЕЧТЫ я СТРОИЛА не для себя лично.*

**Даже не спрашивай. Я в БЕДОВОМ (вместо: бедственном) положении.*

**Как ты мог впустить ее? Разве ты не знаешь, что она ПОКАРАНА? (вместо: ее наказали, наказали).*

**Твои НЕДОВЕРИЯ неуместны (неверная форма множественного числа).*

**Вот стала хатун и тебя ВЫТИСНУЛА (вместо: вытеснила).*

**Валиде-султан будет носить это кольцо с полной ИЗЯЩНОСТЬЮ (вместо: изяществом).*

**Возьми немного С моего мешка (вместо: из).*

**У кого вы ВЗЯЛИ ЭТОТ ДОЛГ (вместо: взяли в долг)?*

Во-вторых, это обусловленные недостаточной лингвокультурной и социокультурной компетенцией переводчиков стилистико-хронологические ошибки, в том числе: национальное несо-

ответствие эквивалента, нарушение хронологии заимствований, игнорирование национального характера заимствований, неуместный полистилизм, несоответствие стилевых рамок высказывания фактору адресата. Подобные ошибки, «ломающая» единство закрытого хронотопа (пространственно-временные рамки сериала ограничены Османской империей XVI века), без сомнения, создают барьер для восприятия креолизованного сообщения, каким является телефильм. Такой барьер в межнациональном общении не является, как мы считаем, собственно языковым барьером - его с известной долей условности можно назвать **СТИЛИСТИКО-ХРОНОЛОГИЧЕСКИМ**. Подробнее остановимся на причинах и фактах деструкции теледискурса (все иллюстрации взяты из диалогов героев сериала «Великолепный век», переведенных с турецкого на русский язык).

1. Выбор при переводе неудачного синонима из синонимического ряда:

**Проблема с ЗАРПЛАТОЙ все разрастается (вместо: с жалованием).*

**Как можно оставить СТОЛЬНЫЙ ГРАД (вместо: столицу) беззащитным?*

**Ты опять будешь на ПЕРЕДОВОЙ (вместо: впереди всех сражающихся).*

**Ну, что ты, Дайе-хатун? Когда уходишь НА ПЕНСИЮ? (вместо: на покой, отдых и т.д.)*

2. Неудачное использование в речи носителей турецкого языка XVI века славянской лексики и фразеологии:

**Энике-бенике, ели ВАРЕНИКИ.*

Энике-бенике, съели ВАРЕНИКИ (считалка в гареме, включающая прои. зводное от общеславянского слова ВАРИТЬ).

**Мое везение на вашу ПОБЕДУ- РАДЕНИЕ (присказка при игре в кости, включающая производное от общеславянского слова РАДЕТЬ).*

**Не мечтайте, вам НИ КОПЕЕЧКИ не видать.*

**Мне интересно, что тут случилось, что вы тут ГОРШКИ ПОБИЛИ?*

3. Использование при переводе наименований лиц, обращений, пожеланий, которые в XVI веке турки не употребляли по отношению к людям своей национальности:

**Эй, МАДАМ, закрой уже свои глаза! (Ага гарема – наложнице).*

**Я такой МАДАМ в жизни не встречала.*

**Что ты говоришь, ТОВАРИЩ? Я не понял ничего, что ты сказал.*

**Это (погодные условия) подрывает дух наших ПАРНЕЙ, наших солдат.*

**Некоторые НЕНАДЕЖНЫЕ ТОВАРИЩИ городят всякую чушь и сеют склоки.*

**Да кто ты такая, ДАМОЧКА?*

**АЛЕ, я к тебе обращаюсь!*

**Отныне управление гаремом в твоих руках. УДАЧИ ТЕБЕ НА ПОСТУ.*

4. Использование англицизмов, которые не могли в XVI веке бытовать в турецком языке:

**- Прекратим, если хочешь, Паргалы.*

- Нет, повелитель, нет. Я ОК.

**ЙЕС (вместо турецкого приглашения войти).*

5. Использование при переводе выражений, более поздних по происхождению, чем время описываемых событий:

**Вы правы НА ВСЕ СТО ПРОЦЕНТОВ, валиде.*

**Я очень боюсь, что, если Ибрагим уедет, Хатидже закроется и ВПАДЕТ В ДЕПРЕССИЮ.*

**Иначе ВЕРТИКАЛЬ ВЛАСТИ пострадает.*

**ПЕРЕСКАЖИ ДОСЛОВНО, что он сказал.*

**КАК МИНИМУМ, мне есть кого ревновать.*

**Оставь, Хатидже. Пусть РАСКРОЕТ КАРТЫ.*

**Открылись БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ, построенные Махидевран-султан.*

**Паша, это решение о ВЫДАЧЕ ДОТАЦИЙ для Текке (секта дервишей).*

**Я боюсь последующей НЕГАТИВНОЙ РЕАКЦИИ.*

6. Использование при переводе турецкой речи XVI века греко-латинских или европейских слов (последние часто более поздние по происхождению, чем описываемые события):

**Если пожелаете, я могу переговорить с Ибрагим-нашой и обеспечить достижение КОМПРОМИССА.*

** Что случилось? Великая КОАЛИЦИЯ распалась?*

** Ведь ему известно, что между вами было много ИНЦИДЕНТОВ.*

**Султаниша, не обращайтесь внимания на подобное (письмо). Это АНОНИМКА.*

**Пойди в ФОНД валиде-султан. Посмотри, все ли она там пожертвовала.*

**Конечно, я возьму во дворец такого СПЕЦИАЛИСТА, как он (врач Иосиф).*

**Капитан турецких пиратов Мурат. Я разузнал о нем. Он под ПРОТЕКЦИЕЙ Барбароссы.*

**Я пришел ПРОИНФОРМИРОВАТЬ Вас насчет тех османских пленников.*

Ты сказал Эсме, что у тебя есть ИНФОРМАЦИЯ?

**Синьор Гритти! Вы, видимо, совсем не знаете, что такое СУБОРДИНАЦИЯ.*

**Приехали послы, просят АУДИЕНЦИИ по поводу принцессы Изабеллы.*

** Их (воинов) рассказы ДЕМОРАЛИЗУЮТ мои силы.*

** Повелитель, пожар был ЛОКАЛИЗОВАН и загашен.*

**Султаниша довольна моей службой, ЧАЕВЫЕ дает.*

**Мне не понравилась ситуация сегодня ночью. Как она может держаться так ФАМИЛЬЯРНО с вами?*

** Он недавно вернулся из похода. Он устал. ИММУНИТЕТ ослаб.*

**Все твоё имущество будет КОНФИСКОВАНО.*

**Откуда мне знать, что ты не БЛЕФУЕШЬ?*

**Врач сказал, что яд попал мне через кожу, ТАКТИЛЬНО.*

**Изабелла теперь будет жить в гареме. Я буду рада, если вы поможете ей АДАПТИРОВАТЬСЯ к нашим обычаям.*

**Ты – МАРИОНЕТКА в руках Ибрагима-наши, МАРИОНЕТКА Хюррем.*

**Когда его МИССИЯ закончится, он вернется на родину.*

** У короля Запольи не осталось никакой ЛЕГИТИМНОСТИ.*

**Скажи, что ты будешь рассказывать про этого КАЗАНОВУ?*

**Как жаль, но АМБИЦИИ принесут в ваш дом смерть.*

**Это увеличит нашу политическую и военную МОБИЛЬНОСТЬ, так ведь?*

**Ты здесь продолжишь свои ФАЛЬСИФИКАЦИИ?*

**Когда я приехал, конь уже АГОНИЗИРОВАЛ.*

**Ты сознательно хотела иметь ее как КОМПРОМАТ на меня.*

**Мы полностью подчинили себе Венгрию, которая находилась в ОККУПАЦИИ врага.*

**Если ты собираешься сказать про мой СТАТУС РАБЫНИ, то не беспокойся.*

**Не обманывай себя напрасными ИЛЛЮЗИЯМИ.*

**Мы начали ПРОЦЕДУРЫ, но ей нужно пару недель отдохнуть.*

**Вы все меня унижали, презирали, ТРЕТИРОВАЛИ.*

**Он того же РАНГА, что и мой великий визирь.*

**Мы засядем в засаде по МАРШРУТУ СЛЕДОВАНИЯ.*

**Пусть Юсуф-паша скажет, что они должны КАПИТУЛИРОВАТЬ.*

**Это для Европы будет БЕСПРЕЦЕДЕНТНЫМ бедствием.*

**Ясно, что это ПРОВОКАЦИЯ.*

**Он СПРОВОЦИРОВАЛ смерть епископа Петровардинского.*

**Говорят он (камень) темнеет, впитывая НЕГАТИВ.*

**БРАВО! Лучшие бы ты сначала ко мне пришла.*

**Он отменил назначенные ЛЬГОТЫ.*

**Как только Ибрагим-паша вернулся, он урезал назначенные вам ДОТАЦИИ.*

**Я никогда не пользовалась ПАРФЮМЕРИЕЙ.*

**Это очень тяжелая ПРОЦЕДУРА, Хюррем, это потребует времени.*

**Хорошо, что Мустафа стал сильнее. Хюррем же не покойна, как раньше. Нужен БАЛАНС.*

**Дайе, узнай, чья это ХАЛАТНОСТЬ.*

**Ваша ИНТРИЖКА выплывет в два счета.*

**Он отправится в путь с большой ДЕЛЕГАЦИЕЙ.*

**Для кого этот ШИК?*

**Гюльфем-хатун отправили в ЛАЗАРЕТ.*

7. Использование в турецкой речи XVI века современных слов и выражений, а также терминологии, относящейся к официально-деловому и к научному стилям:

**Действия пиратов и корабли, которые они захватывают, НЕ В КОМПЕТЕНЦИИ ОСМАНСКОЙ ИМПЕРИИ.*

**Надо немедленно написать ОТЧЕТ обо всей этой ситуации.*

**Объясните, что ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ КАНАЛОВ НЕДОСТАТОЧНО, чтобы спастись от этих варваров.*

**Султаниша здесь, повелитель, так как валиде устроила ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРИЕМ.*

**У нас ПЕРАСХОД ГОДОВОГО БЮДЖЕТА ГАРЕМА.*

**Был растрочен ГОДОВОЙ БЮДЖЕТ. Еще и за пару месяцев. Я провела АУДИТ ГАРЕМНЫХ ГРОССБУХОВ.*

**Я хочу получить от вас этот доклад В ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЕ.*

**Пришло ОТВЕТНОЕ ПИСЬМО НА ЗАПРОС ОБ УГОДНОСТИ БЛАГИХ ДЕЛ для Каабы.*

**Хюррем заставила совершить ЦЕРЕМОНИЮ ОФИЦИАЛЬНОГО БРАКОСОЧЕТАНИЯ.*

**РАССЛЕДОВАНИЕ НАПАДЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ.*

**У меня НЕТ ПОЛНОМОЧИЙ сообщать вам об этом.*

**Эта проблема ПРЕВЫШАЕТ МОИ ПОЛНОМОЧИЯ.*

**Я утром, как только услышал об этом, ВЗЯЛ СИТУАЦИЮ ПОД СВОЙ КОНТРОЛЬ.*

**Доктора не смогли ПОСТАВИТЬ ДИАГНОЗ.*

**У него ДЕФОРМАЦИЯ ПОЗВОНКОВ, они срослись.*

**Повелитель назначил Махидевран-султан ОТВЕТСТВЕННОЙ ЗА ГАРЕМ.*

**Вы просили один ЭКЗЕМПЛЯР ДОГОВОРА с австрийскими послами.*

**Этот мой приказ ЗАПРОТОКОЛИРОВАН В ДОКУМЕНТАХ.*

** Я ДЕРЖУ ВСЕ НА КОНТРОЛЕ, госпожа.*

** Твоя ВЕРСИЯ относительно Искендера Челеби ОКАЗАЛАСЬ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОЙ.*

8. Широкое использование современных русских разговорных слов и выражений:

**На этом ТЕМУ ЗАКРОЕМ.*

**Конечно, я не РАСКОЛЮСЬ. Но он понял, что это вы послали.*

**Она очень расстроилась, валиде. Мы ПЕРЕБОРЩИЛИ.*

**Я тебе не верю. Вы ПРОВЕРНУЛИ это вместе.*

**Перестань МУСОЛИТЬ тему Изабеллы.*

**Ты опять ПРОКРУТИЛА ДЕЛЬЦЕ у меня за спиной.*

**Как обстановка? Смогла что-то ВЫТАЩИТЬ (узнать какую-либо информацию)?*

**Почему ты так говоришь? Потому что она у тебя повелителя УВЕЛА?*

**Женщины дома только и делают, что ПИЛЯТ.*

**А сейчас иди отсюда и не МЕЛЬТЕШИ у меня перед глазами.*

**В намерения валиде не входит отправить ее на родину, пока СИТУАЦИЯ НЕ УТРАСЕТСЯ.*

**Но у нас ничего не будет. Я просто ТРЕПЛЮСЬ.*

**Я буду КРУТИТЬ Мустафой, как мне вздумается.*

**Давай, НЕ ОПЛОШАЙ.*

**Ай, не БУРЧИ, Нигяр.*

**Бали-бей постоянно пьет, ШАТАЕТСЯ там до утра.*

**НЕ НАЕЗЖАЙ на меня.*

**НЕБОСЬ пожаловалась на меня, да?*

**Он у меня всю кухню СМЕЛ (съел) ПОДЧИСТУЮ.*

**Тут гарем. Кто-нибудь что-нибудь ЛЯПНЕТ, и получишь ПРОБЛЕМЫ НА СВОЮ ГОЛОВУ.*

**Вот БЕЗДАРИ! Не смогли справиться с одним человеком.*

**Со своими ДВУМЯ ИЗВИЛИНАМИ ты пытаешься одурачить Дайе-хатун?*

9. Использование современного русского просторечья, в том числе грубого:

**Пошел вон отсюда. ПСИХ!*

**Но одет он НЕ БОЛЬНО КАК ПРИНЦ.*

**Я знаю. Он (ребенок) уже ОЧУХАЛСЯ. Ему лучше.*

**Эх, матракчи, я СВИХНУСЬ. Ты должен меня надоумить.*

**С тех пор как ты ушла, в гареме КИСЛО СТАЛО.*

**Это ясно, что она (Хюррем) ДОСТАЛА валиде-султан.*

**Я устал годами налаживать то, что вы НАВОРОТИЛИ.*

** Чего ВЫЛУПИЛАСЬ?*

**А еще это исчадие ада не будет тереться возле меня и ГНОБИТЬ меня.*

**Ты МУХЛЮЕШЬ?*

**Я не успокоюсь, пока не СПРОВАЖУ ее отсюда.*

**Я себя НЕ НА МУСОРЕ НАШЕЛ.*

**Чего РЖЕШЬ, выходи против меня биться в матрак.*

**Хюррем-султан тебе язык ПО САМОЕ НЕ МОГУ ВЫРВЕТ.*

**Эта ОТВРАТНАЯ Гюльфем.*

**Уйди отсюда, ПШЕЛ.*

**Ты так и уедешь, НЕ ПИСКНУВ?*

**Ты опять НЕ ВЫЛАЗИШЬ из кабака?*

**НЕ ПАЛИ (вместо: не говори) сгоряча.*

**Ты развелась с этим ПОГАНЦЕМ?*

**Ты СПЯТИЛА? Не смей ничего говорить.*

**Положи конец этому СРАМУ.*

**Чтоб я больше ее РОЖИ не видела.*

**ГАДЕНЬШ. И тебе позор.*

**- Ты мое место займешь.*

- Уже заняла. А ты ПРОЩЕЛКАЛА.

**Когда я пришел, эта МРАЗЬ скрылась, и я не смог побегать вслед этой МРАЗИ.*

10. Использование современных и устаревших русских и европейских устойчивых выражений, в том числе имеющих разговорную и просторечную окраску:

**Она вполне может подумать, что между ними что-то есть. Это ведь ВЗРЫВООПАСНАЯ СМЕСЬ.*

**Я прямо ВО ВСЕ ДЫРКИ ЗАТЫЧКА.*

**Самое позднее завтра ты должен вернуть девушку отцу.
Иначе ты ВЛЯПАЕШЬСЯ В ОГРОМНЫЕ НЕПРИЯТНОСТИ.*

**Ты тащишь гарем в ДОЛГОВУЮ ЯМУ.*

**ПОМЕДЛЕННЕЕ НА ПОВОРОТАХ, Ибрагим-паша!*

**Ты уже не сможешь меня шантажировать, паша, У ТЕ-
БЯ НА РУКАХ НИЧЕГО НЕТ.*

**У Хюррем-султан МОЗГИ ХОРОШО В ГОЛОВЕ ВАРЯТ.*

** Ты ПОДСУНУЛ МНЕ СВИНЬЮ.*

** Для нас это РАЗ ПЛЮНУТЬ – захватить Буду.*

**Возьмись за ум, девчушка. Разве ты не видишь, что тебя
используют, как ПУШЕЧНОЕ МЯСО.*

**Сегодня на диване повелитель ВЗЯЛ МОЮ ЖИЗНЬ ПОД
СВОЮ ГАРАНТИЮ.*

**Она уже ОДНОЙ НОГОЙ В МОГИЛЕ.*

**Если бы ты думала о них (детях), то НЕ ВЛИПЛА БЫ В ТА-
КУЮ ИСТОРИЮ.*

**Мы что же, СИДНЕМ СИДЕТЬ сюда пришли?*

**Ты сама расслабься, у тебя НЕРВЫ СОВСЕМ НИ К ЧЕРТУ.*

**Только бы повелитель не услышал этих слов, а то он по-
думает, что вы ПОЛОЖИЛИ ГЛАЗ на его трон.*

**Ты что, ТРОНУЛСЯ МОЗГАМИ?*

**Тебе конец, Гюль-ага. Я СДЕЛАЛ ТЕБЯ.*

**Сразу ГУБУ РАСКАТАЛ, от нетерпения аж дрожит.*

**Ты видишь? ИЗ ГРЯЗИ В КНЯЗИ.*

**Не БЕРИТЕ ГРЕХ НА ДУШУ.*

**Это очень ЩЕКотЛИВАЯ ПРОБЛЕМА.*

**Да ИДИ ТЫ КО ВСЕМ ЧЕРТЯМ.*

**Я тебе сколько раз говорила НЕ ПУТАТЬСЯ У МЕНЯ ПОД
НОГАМИ.*

**Исчезни! С ГЛАЗ ДОЛОЙ!*

**Ты и о моем АВТОРИТЕТЕ НЕ ПЕЧЕШЬСЯ!*

**Тебе не стыдно НИ НА ЙОТУ, да?*

**Сейчас ЖИВОТИК НАДОРВУ.*

**Он (Мустафа) ЕЩЕ ЗЕЛЕН, у него КРОВЬ БУРЛИТ.*

**Он ПО УШИ ВТРЕСКАЛСЯ в одну служанку.*

**Ты ОКАЗАЛА ЕМУ МЕДВЕЖЬЮ УСЛУГУ.*

**Боюсь, как бы он не ЗАПУДРИЛ МОЗГИ наследнику.*

**Вы себя НА ПУСТОМ МЕСТЕ НАКРУТИЛИ.*

**НАТВОРИЛ ДЕЛОВ!*

**СЛОВО НЕ ВОРОБЕЙ.*

**У Насуха-эфенди ДУША НАРАСПАШКУ.*

**Паргалы, ты НА ВЗВОДЕ.*

**Ну, ТЫ ДАЕШЬ!*

**Собираешься быть БЕЛОЙ И ПУШИСТОЙ, чтобы валиде забыла о твоём предательстве?*

**Гаденыш, это ТВОЙ РОД ДО СЕДЬМОГО КОЛЕНА.*

**Мы все НА НЕРВАХ.*

**Не ВЕШАЙ МНЕ ЛАПШУ НА УШИ!*

**Ты что, ЯЗЫК ПРОГЛОТИЛА?*

**Что он нашел в тебе, не понимаю. А то ведь НИ РОЖИ НИ КОЖИ.*

**Ай, Аллах! Как мы ДО ТАКОГО ДОКАТИЛИСЬ, не понимаю.*

11. Использование штампов, клишированных выражений, характерных для русской художественной литературы и фольклора:

**Ай-ай! Храни аллах, словно ТРЕПЕТНАЯ ЛАНЬ.*

**Что-то СЕРДЦЕ у меня ЗАКРУЧИНИЛОСЬ.*

**Я не хочу, чтобы эти мысли ПЛЕНИЛИ МЕНЯ.*

**Ты же раньше была СТРОЙНА, КАК ИВУШКА.*

**Я думаю лишь о Хатидже и ее РАЗБИТОМ СЕРДЦЕ.*

**Моя боль не утихнет даже тогда, когда я ВЫРВУ СВОЕ СЕРДЦЕ ИЗ ГРУДИ.*

12. Использование современных российских жаргонизмов:

**Ты ПОСТОЙ НА ШУХЕРЕ, и хватит.*

**Пока ситуация НЕ УСТАКАНИТСЯ, ты будешь тут.*

**Ты чья ШЕСТЕРКА? Откуда в тебе эта наглость?*

**Эфсун ни при чем. Вас СДАЛА Хюррем-султан.*

**- Следи за ним!*

- Уже сделано. Мы у него НА ХВОСТЕ.

Приведенные выше слова и выражения позволяют утверждать, что основной причиной деструкции теледискурса (на примере данного сериала) является НЕУМЕСТНОЕ РАСШИРЕНИЕ ЛЕКСИЧЕСКОГО и ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ТЕЗАУРУСОВ, а также НАЦИОНАЛЬНО-ХРОНОЛОГИЧЕСКИХ РАМОК. Герои сериала, турки, жившие в XVI века, говорят как среднестатистические россияне XXI века. Если исключить визуальный ряд сериала, экзотическую лексику и отсылки к восточной поэзии, вно-

сящие в вербальный ряд национальный компонент, и сосредоточиться только на диалогах героев, то окажется, что их речь изобилует чертами, типичными для современной русской разговорной речи, так называемыми «сигналами разговорности» [Сиротинина 1996:157]. Например: «МОИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ. На этот раз все удалось»; «Я приказала, и она пришла. КАКИЕ-ТО ВОЗРАЖЕНИЯ?».

В целом турецкий сериал, ориентированный посредством субтитров на российского зрителя, деформируют, во-первых, указанные выше **«сигналы разговорности»** (национально-стилистические несоответствия), а во-вторых, множественные **лексико-хронологические несоответствия** (использование в речи героев слов и выражений из иных языков и более поздних эпох). Это имеет следствием отсутствие корреляции между изображаемой эпохой и способами ее речевого представления. Так, исследователями давно установлено, что фонд интернациональной лексики на Ближнем и Среднем Востоке составляют слова, заимствованные из арабского и персидского языков («Словарь лингвистических терминов»). Однако в субтитрах сериала постоянно используются греко-латинские заимствования или заимствования из европейских языков, более поздние по происхождению. Например, слова КОМПРОМАТ, ПАРФЮМЕРИЯ, ТРЕТИРОВАТЬ имеют французское происхождение, а слова РАНГ и МАРШРУТ – немецкое. Языковые связи между Османской империей, с одной стороны, и Францией и Германией – с другой, были в XVI веке не настолько сильны, чтобы эти и подобные заимствования проникли тогда вместе с соответствующими реалиями в турецкий язык, однако подобная лексика во множестве используется при переводе диалогов сериала на русский язык в качестве эквивалента. Как следствие - неуместность такого словоупотребления ясно ощущается рецепиентами фильма.

В свою очередь, национально-стилистические несоответствия в речи героев, часто вызывающие комический эффект, можно свести к нескольким частным разновидностям. Это:

*** декорреляция между вербальным рядом диалогов и реалиями изображаемой эпохи:** *Немедленно отправь их (ткани) в АТЕЛБЕ, пусть начинают шить (разговор между Махидевран-султан и ее служанкой); У меня были красные ТРУСЕЛЯ (трусы), ты их тоже положил? (диалог между Сюмбюлем-агой и Гюль-*

агой, евнухами гарема); *ИЗВОЗЧИК*, что не так? Мы остановились (обращение Хюррем-султан к вознице); Сколько золота отдал он за твои *ПАМФЛЕТЫ*? (Ибрагим-паша поэту Фигани); Все свое имущество я пожертвовала *ФОНДУ* Хафсы валиде-султан (разговор управительницы гарема с евнухом); Что с тобой сотворил этот *ЛЫСЫЙ ЛАПОТЬ*? (разговор евнуха гарема со старшей служанкой);

* **декорреляция между вербальным рядом и конкретной ситуацией:** Опять *МИНИ-ШАБАШ* (Гюль-ага о ситуации в гареме); *КАК ОБСТАНОВКА*, Фиден-хатун? (разговор Махидевран-султан со служанкой); Махидевран получила *ВСЕ ПОЛНОМОЧИЯ* (диалог Хюррем-султан с агой гарема); Валиде-султан из-за тебя оказалась на *БОЛЬНИЧНОЙ КОЙКЕ* и умирает (диалог главных служанок в гареме).

* **декорреляция между вербальным рядом и речевыми портретами героев сериала**, которые должны соответствовать речевой ситуации эпохи: *Я ПРОИНСТРУКТИРОВАЛА* Сюмбюля (диалог между валиде и управительницей гарема); *Не проклинай меня Шекер*, будь со мной *ЛАПОЧКОЙ* (диалог между поваром султанского дворца и агой гарема); Ну, *ТЫ ДАЕШЬ* (разговор между наложницами султана); Молю тебя, *НЕ ДЕРГАЙСЯ* (разговор между наложницами); Султаниша, я понимаю, вы *СЕЙЧАС НА ВЗВОДЕ* (разговор между Хюррем-султан и Хатидже-султан); Раз ты сама о себе не думаешь, подумай хотя бы об *АВТОРИТЕТЕ ГАРЕМА* (диалог евнуха с управительницей гарема); Сюмбюль-ага, *В ЧЕМ ПРОБЛЕМА?* (диалог старшей служанки с евнухом).

* **собственно стилистическая декорреляция.** Это далеко не всегда уместный полистилизм, и прежде всего – употребление книжной, в том числе устаревшей лексики, в русском разговорно-просторечном контексте: *По-моему, ДАБЫ* больше не *ПОЗОРИТЬСЯ*, поговори с повелителем и сними с себя *СИЮ* должность; Она *ВЗЪЕЛАСЬ* на меня, поскольку я расстроил ее *ИНТРИГИ*, которые она *КРУТИЛА* вокруг повелителя; Все твоё имущество и богатство будут *КОНФИСКОВАНЫ*. *ТЕБЯ СОТРУТ В ПОРОШОК*. Не всегда эффективно и объединение в текстовой ткани восточной поэзии и современного русского просторечья или официально-деловых слов и выражений, Так, в речи султана Сулеймана могут сочетаться его собственные и чужие

стихи («Я будто странник, идущий вдали/Я будто силуэт на горизонте». Джеллаладин Руми) и современные формы русской официально-деловой речи: *Я ОБЪЯВЛЯЮ ЗАСЕДАНИЕ ДИВАНА ОТКРЫТЫМ* (после этого высказывания логично ожидать и следующего – *КВОРУМ ЕСТЬ?*).

В целом причины, детерминирующие деструкцию межнационального дискурса, множественны, так как любая его разновидность - это повышенная «зона риска» для возникновения деструктивных явлений. Отсюда каждый из форматов нуждается в анализе и обобщении фактов деструкции и практических рекомендациях с целью их преодоления. Рассмотренный выше телесериал «Великолепный век» имеет, согласно авторскому замыслу, тематически и сюжетно закрытый хронотоп, ограниченный рамками определенной эпохи и национальности. Но турецкие переводчики (составители) субтитров, не обладая достаточной лингвокультурной и социокультурной компетенцией, трансформировали закрытый хронотоп в открытый, используя для организации художественного времени и пространства лексический тезаурус и стилистику иных национальностей и иных эпох, что обусловило появление множества деструктивных явлений.

Причины деструкции разных форматов межнационального дискурса могут быть и совершенно иными. Нам представляется перспективным выявление и описание дискурсивных деформаций различного рода, так как это имеет первостепенное значение для их преодоления в точках соприкосновения людей разных национальностей в XXI веке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Barna Lary M. Stumbling Blocks in Intercultural Communication // L.F. Samovar, R.E. Potter (eds.) Intercultural Communication. – Wadsworth Publishing Company, 1997. – P. 370-378.
2. Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи// Культура речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – 441 с.
3. Сиротинина О.Б. Что и зачем нужно знать учителю о русской разговорной речи. – М.: Просвещение, 1996.- 175 с.
4. Jandt, F.E. Intercultural Communication: An Introduction. – Sage Publications: Thousand Oaks, London, New Dehli, 1995.

12. ИНТЕГРАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДИСКУРСОВ

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ДИСКУРС: ОТ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ РОЛИ ЗАИМСТВОВАНИЙ К КОНТАМИНИРОВАННЫМ КОНСТРУКТАМ

Научная дискуссия вокруг понятия «дискурс» длится уже не одно десятилетие. Из множества определений этого феномена наиболее релевантными для изучения межнационального дискурса являются дефиниции с лексемой «взаимодействие»: «Под дискурсом мы понимаем завершенное коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и/или других знаковых комплексов в определенных ситуациях и определенных социокультурных условиях общения» [Виноградов 1996:139]. Исходя из этого и подобных определений дискурса как сложного коммуникативного явления **под межнациональным дискурсом мы понимаем совокупность самых разных дискурсивных практик (частных разновидностей, форматов дискурса), включающих развернутые во времени прямые и опосредованные контексты взаимодействия людей, принадлежащих к разным культурам, а часто и к языковым семьям.** В ряде случаев прагматическую рамку и контент того или иного формата дискурса можно в самом общем виде представить с помощью подстановки предлога **ДЛЯ**. Например китайско-российский теледискурс - это телевещание китайских телевизионных каналов на Россию (**ДЛЯ** российского телезрителя). Однако с такими межнациональными разновидностями, как обиходно-бытовой или художественный дискурс, дело обстоит более сложно.

Под МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫМ ХУДОЖЕСТВЕННЫМ ДИСКУРСОМ мы понимаем прежде всего совокупность художественных текстов и их фрагментов, репрезентирующих особенности межнационального взаимодействия или написанных в тесном контакте с языком и сознанием людей иной национальности. Подобные тексты авторы пишут не **ДЛЯ** людей иной национальности. Эти тексты написаны а) **О** контактах людей/**О** людях разных национальностей; б) **ВМЕСТЕ С** людьми иных национальностей; в) как бы **СОВМЕСТНО С** людьми других национальностей (используется их лексический и грамматический

тезаурус, имитируется их манера письма и т.д.). К межнациональному дискурсу с известной долей условности можно отнести и переводы художественных текстов, так как в последних, по мнению ряда исследователей, важнейшим критерием эквивалентности служит дискурсивная характеристика – «коммуникативный эффект, оказываемый текстами на воспринимающего субъекта, другими словами сходство реакций реципиентов» [Корюкина 2008:13].

В трудах по теории и практике перевода приводятся многочисленные факты деструкции художественного дискурса и объясняются их причины, чаще всего с опорой на теории эквивалентности. Однако цель данной статьи заключается не в том, чтобы отразить факты переводческих нарушений. На материале художественной литературы мы сделали попытку проследить тенденцию использования разных языков и контекстов межнационального взаимодействия, в том числе дефектных, для создания художественного конструкта. В связи с этим встает вопрос о роли заимствований в художественном тексте, которая долгое время традиционно сводилась к репертуару стилистических функций иноязычных слов, например:

«1. Экзотизмы и варваризмы часто использовались для передачи национального колорита.

2. Заимствованные слова, включенные в речь героя, служат ее индивидуализации.

3. Текст, насыщенный варваризмами с установкой на комический эффект, включает в себя прием, называемый макароническим стилем.

4. Экзотизмы или варваризмы, в силу яркости формы, непривычности их языковой оболочки, неизвестности значения, являются броским выразительным средством, способным создать эффект напряжения, ожидания, ответа на вопрос «что означает слово?» [Майданова 1993:86].

Факты деструкции дискурса, соотносимые с заимствованиями, традиционно оценивались с точки зрения уместности/неуместности заимствований: «Уместность использования заимствованных слов и мера их включения в текст зависит, во-первых, от стиля, жанра произведения и времени действия описываемых событий; во-вторых, от наличия или отсутствия исконных синонимических единиц; в третьих, от национальной языковой

культуры пишущего и, несомненно, его мастерства. Если слово является единственным общепринятым наименованием предмета, понятия, явления, процесса, то его использование ни у кого не вызывает возражения... В том случае, когда иноязычное слово может быть без потерь (смысловых и выразительно-изобразительных) заменено, его не следует вводить в текст... Увлечение экзотизмами и варваризмами нередко наблюдается и в переводной литературе. Переводчик, активно владеющий языком оригинала, легко может встать на путь смешения средств родного языка с чужим» [Фомина 1983: 153-154]. В свою очередь, Ю.А. Бельчиков, исследуя критические статьи, отмечает «словоупотребление и «на грани» допустимого общелитературной нормой», приводя в качестве примера не очень удачное употребление французское слово «вокабюлер» в труде теоретика балета А. Волынского [Бельчиков 1996:348].

В целом в российской лингвистической традиции отношение лингвистического сообщества к «смешению средств родного языка с чужим» долгое время было достаточно однозначным и негативным. Считалось, что излишнее употребление заимствований «значительно усложняет контакт с читателем, снижает информационные качества и художественную ценность произведения» [Фомина 1983:154].

Однако в настоящее время множественные случаи смешения языков и иные формы включения инонациональных элементов в художественные тексты позволяют говорить о существовании именно межнационального художественного дискурса как особой дискурсивной практики в области художественной речи, приобретающей все большее распространение. Это происходит, во-первых, из-за нарастающих процессов глобализации, увеличения межнациональных контактов между россиянами и людьми иных национальностей, во-вторых, вследствие эмиграции людей, для которых и в новой языковой ситуации русский язык остается родным, в-третьих – из-за восходящего к постмодернизму пониманию художественного мира произведения; в-четвертых, под влиянием виртуальной гиперреальности, в-пятых, – из-за широкого распространения дискурсивного (а не только собственно языкового, речевого и даже текстового) видения коммуникативного пространства. Попробуем на материале художественной литературы второй половины XX - начала XXI вв. проследить динамику

конструирования художественных текстов, в которых отчетливо видны точки соприкосновения национального и инонационального.

Наиболее традиционный способ конструирования давно был взят на вооружение русской литературой. В упрощенном виде его можно свести к введению в текстовый фрагмент заимствованных слов, выражений, имитаций межнационального общения с частной функционально-стилистической целью. Проиллюстрируем некоторые из этих частных функций.

1. Достаточно простой художественный конструкт - смешение языков, насыщенность и перенасыщенность текста заимствованными словами, экзотизмами и варваризмами – был неоднократно использован в прозе А.П. Чехова, Тэффи, Л. Кассиля и других авторов **как средство речевой характеристики персонажа**. Такой тип речевой характеристики распространен и в более поздней литературе, ср., например, варваризмы в речи российского консула Доронина, долгие годы прослужившего в Японии (роман Б. Акунина «Алмазная колесница»):

– Залятого врага, да еще такого именитого, как Окубо, нужно непременно зарубить мечом, в крайнем случае заколоть кинжалом. К тому же вы себе не представляете, что такое КАТАНА, японский меч, в руках настоящего мастера. Европейцам подобное и не снилось...Я, разумеется, фехтовать КАТАНОЙ не умею – этому нужно учиться с детства... Но я беру у одного старика уроки БАТТОДЗЮЦУ.

– Уроки чего?

– БАТТОДЗЮЦУ – это искусство выхватывания меча из ножен.

2. Достаточно давно используются для конструирования художественной реальности имитации устной межнациональной коммуникации, выполняющие **комическую, пародийную функцию**. Ср., например, фрагменты развернутого диалога датчанина - следователя Мульдгорда, изучавшего польский язык по устаревшим источникам, с поляками, свидетелями преступления, у И. Хмелевской:

– В ОНОЖЕ ВРЕМЯ, – сформулировал следователь свой следующий вопрос, – ШТО ОНА ТВОРИХУ?

– Кто «она»? – И почему он спрашивает только о женщинах? – возмутилась Зося.

– *Лешек ее успокоил:*
– *Он имеет в виду нас всех. И пусть каждый из нас по очереди расскажет, что он запомнил.*

– *Я – ноги, - не задумываясь выпалил Павел. - Я помню только ноги.*

– *ТОКМО НОГИ?* – заинтересовался герр Мульдгورد. – *КАКОВА НОГИ?*

– *Ну откуда мне знать какие? Чистые, наверное...*

Господин Мульдгورد, по всему видно, обладал ангельским терпением.

– *ПОШТО ТОКМО НОГИ ВИДЕВШИ ОЧИ ТВОИ?* – спросил он. – *А ВЕСЬ ТУЛОВИЩ – НЕТ?*

Имитация дефектного межнационального взаимодействия имеет у И. Хмелевской выраженный дискурсивный характер: при развертывании диалога начинает действовать коммуникативный закон зеркального развития общения (Стернин 1997) – поляки, в свою очередь, начинают имитировать (отзеркаливать) дефектную речь следователя:

– *НЕТ!* – *поспешно подтвердил Павел. – НОГИ БЫЛ ПОД ЛАМПА, А ВЕСЬ ТУЛОВИЩ В ТЕМЬ...* (И. Хмелевская. «Все красное»).

3. Межнациональное дискурсивное взаимодействие имитируется художественной литературой и на уровне ментальных и поведенческих помех – различий между коммуникантами в мировоззрении, национально-культурном фоне, идеологии, глубинных интересах, национальной психологии и т.д. Имитация таких диалогов выполняет в художественном тексте, по крайней мере, **две функции – информационную и комическую.**

Приведем два примера из романа Б. Акунина «Алмазная колесница», которые репрезентируют когнитивно-ментальный диссонанс при восприятии россиянином Фандориным японской действительности.

1. Диссонанс в системе российско-японских этических представлений, которые письмоводителю-японцу Сироте и российскому вице-консулу Доронину кажутся естественными и оправданными, однако у Фандорина вызывают непонимание и культурный шок.

(Фандорин): Нет-нет, я не женат.

Письмоводитель кивнул, как если бы был готов к такому ответу.

– В этом случае могу предложить вам на выбор двух кандидатов... то есть двух кандидаток на место супруги. Одна за триста иен в год, пятнадцати лет, прежде замужем не была, знает сто английских слов. Вторая немолодая, двадцати одного года, дважды была замужем. Рекомендации от прежних мужей превосходные, знает тысячу английских слов и стоит дешевле – двести пятьдесят иен. Вот фотографические карточки.

Эраст Петрович заморгал длинными ресницами, в растерянности оглянулся на консула.

– Всеволод Витальевич, я что-то...

– Сирота предлагает вам выбрать конкубину, - объяснил Доронин. – Супругу по контракту.

Титулярный советник наморщил лоб, но все равно не понял.

– Все так делают. Очень удобно для чиновников, моряков и коммерсантов, оторванных от дома... Мой вам совет: берите вот эту, которая постарше. Она уже дважды побывала замужем за иностранцами, не придется воспитывать.

2. Диссонанс в системе ценностей (отношение к смерти, которое издавна в Японии определялось самурайским кодексом поведения бусидо, и к преступлению):

Портретов было два. С левого на Фандорина смотрел Александр Сергеевич Пушкин, с правого щекастый азиат, грозно спящий густые брови...

– Это какой-нибудь поэт? – поинтересовался Фандорин.

– Никак нет. Это великий герой фельдмаршал Сайго Такамури, - благоговейно ответил Сирота.

– Тот самый, что взбунтовался против правительства и покончил с собой? – удивился Эраст Петрович. – Разве он не считается государственным преступником?

– *Считается. Но он все равно великий герой. Фельдмаршал Сайго был искренний человек. И умер красиво...*

– *А почему у вас тут Пушкин?*

– *Великий русский поэт, – объяснил Сирота и, подумав, прибавил. – Тоже искренний человек. Красиво умер.*

– *Японцев хлебом не корми, только бы кто-нибудь красиво умер, – улыбнулся Всеволод Витальевич.*

Однако, кроме достаточно традиционных форм введения в художественный текст заимствованной лексики и имитаций межнациональной коммуникации, в настоящее время наблюдается ярко выраженная тенденция создания новой художественной реальности, связанная с разными языками и разной культурой. Такой способ конструирования художественного текста можно с известной долей условности назвать МОДЕЛИРОВАНИЕМ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЙ ГИПЕРРЕАЛЬНОСТИ, которая имеет, на наш взгляд, экстралингвистические основания и корни, восходящие к трем филологическим понятиям – это полистилизм, интертекстуальность постмодернистского дискурса и контаминированный (гибридный) текст.

1. **Полистилизм** (смешение стилевых систем) как прием организации художественного текста восходит к началу послепушкинского периода, ср. отрывок из «Мертвых душ», в котором описывается въезд Коробочки в губернский город Н. В приведенном фрагменте художественный мир Гоголя – мир абсурда - создается посредством смешения лексики, релевантной для нейтрального, книжного, разговорного и официально-делового стилей, органично взаимодействуют высокая лексика и просторечье, заимствования и диалектные слова: *«Запятки были заняты лицом лакейского происхождения, в куртке из домашней пеструшки, с небритой бородою, подернутою легкой проседью, – лицо, известное под именем «малогого». Шум и визг от железных скобок и ржавых винтов разбудили на другом конце города будочника, который, подняв свою алебарду, закричал спросонья что стало мочи: «Кто идет?» – но, увидев, что никто не шел, а слышалось только издали дребезжанье, поймал у себя на воротнике какого-то зверя и, подошед к фонарю, казнил его тут же у себя на ноге. После чего, оставивши алебарду, опять заснул по уставам своего рыцарства».*

2. Интертекстуальность.

Повышенная степень интертекстуальности текстов является признаком постмодернистской гиперреальности: «В постмодернистской парадигме художественности доминантными признаются следующие составляющие: фрагментарность, интертекстуальность, игровая, карнавальная стихия, пастиш с его пронзительным колоритом ироничности и даже циничности, совмещение голосов автора, повествователя, персонажей...» [Сметанина 2002: 87]. Интертекстуальность характерна и для межнационального художественного дискурса, однако в текстах преобладают отсылки не к общемировому культурному фонду, а к двум взаимодействующим культурам или типам культур. Характерным примером такого типа интертекстуальности может служить проза Салмана Рушди, в которой история и культура азиатских и европейских стран сливаются в некое синкретичное целое:

Одни адепты веры, жутоватые мечтатели, не давали предать земле труп АЯТОЛЛЫ ХОМЕЙНИ, другие, такие же, только из далекого прошлого и иной страны, в честь которой ее назвали, - Индии, пытались откусить хотя бы крохотный кусочек из тела ФРАНЦИСКА КСАВЕРИЯ. Одна часть его в конце концов оказалась в Макао, другая – в Риме (С. Рушди «Клоун Шалимар»).

3. Контаминированный, гибридный текст.

Контаминация – это «1) смешение двух или нескольких событий при их описании; 2) соединение текстов разных редакций одного произведения; 3) лингв. возникновение нового слова или выражения в результате смешения частей двух слов или выражений» [Словарь иностранных слов]. Понятие же «контаминированный, гибридный текст» Ю.А. Бельчиков интерпретирует применительно к стилистической организации следующим образом: «Наличие в текстах регулярных иностилевых речевых средств, обусловленных функциональным назначением соответствующей совокупности текстов, образующих известное функционально-стилевое единство, придает данному тексту (и подобным ему) особые стилистические черты, которые и позволяют квалифицировать этот текст как контаминированный, гибридный». [Бельчиков 1996: 340-341]. В свою очередь, применительно к межнациональному художественному дискурсу мы понимаем **контаминацию более широко – это смешение в тексте лексических,**

грамматических, синтаксических, стилистических средств разных языков, а также стилизационных возможностей и культурологических отсылок (аллюзий, прецедентных феноменов), придающее тексту межнациональную синкретичность.

С нашей точки зрения, межнациональная гиперреальность в художественном тексте строится посредством сочетания и взаимодействия национальных реалий, языков и культурных кодов, а также большого числа интертекстуальных включений, соотносимых с той или иной лингвокультурой, столкновением национальных манер письма и национальных стилистических регистров. При конструировании художественных текстов нами выделено, по крайней мере, четыре способа порождения межнациональной гиперреальности.

1. Смешение национальных манер речи (стилистические контаминаты).

Этот способ конструирования часто сводят к стилизациям, имитированию художественной манеры авторов иной национальности и/или иной эпохи. В литературоведении такие стилизации чаще всего расценивались как способ создания национального колорита. Очень часто этот способ употреблялся при описании восточной действительности, так как стилистика восточной поэзии и прозы достаточно легко поддается подражанию. В свою очередь, мы считаем, что в рамках целого художественного текста, наблюдается не только стилизация, но смешение манер письма (нейтральной, иронической, собственно стилизационной) что в целом придает тексту повышенную степень стилистической гибридности. В качестве примера такого сочетания манер письма возьмем фрагменты из известных повестей Л. Соловьева о Ходже Насреддине.

Нейтральная, свойственная русскоязычным авторам манера изложения:

Через полчаса большая дорога была перед ним. Как всегда, над нею тяжелым облаком висела пыль, сквозь которую безостановочно двигались люди, лошади, быки, ишаки, верблюды: одни – в Коканд, на базар, другие – из Коканда. Все это теснилось, толкалось, ржало, мычало, ревело и вопило на разные голоса, производя оглушительный нестройный шум.

Ироническая манера изложения (сочетание современных русских и устаревших форм выражения мысли):

Ночью хан вызвал вельможу к себе в опочивальню. Беседа была очень короткой, причем слова исходили только от одной стороны, в то время как другая по необходимости ограничивалась лишь поклонами, встопориванием усов, закатыванием глаз, воздеванием рук к небу и прочими словозаменительными телодвижениями (без которых воистину сыны и дочери человеческие испытывали бы порой непреодолимые трудности в делах служебных, а наипаче – супружеских).

Эпиграф к повестям о Ходже Насреддине – отсылка к художественной манере Востока, сознательно избранной Л. Соловьевым для воплощения замысла книги:

И сказал ему я: «Для радости тех, что живут со мною на земле, я напишу книгу, – пусть на ее листы не дуют холодные ветры времени, пусть светлая весна моих стихов никогда не сменяется унылой осенью забвенья!..» И – посмотри! – еще розы в саду не осыпались и я еще хожу без клюки, а книга «Гюлистан», что значит «Цветник роз», уже написана мною, и ты читаешь ее... (Саади)

Стилизованные под художественную манеру Востока фрагменты из книги Л. Соловьева:

** Облачившись в халат усердия и вооружившись посохом терпения, мы посетили все эти места. Мы ночевали под многими кровлями, грелись у многих костров, беседовали о Ходже Насреддине со многими людьми; судьба благоприятствовала нам в поисках, и вот сегодня мы открываем еще одну страницу его жизни и говорим вслед за мудрейшим Ибн-Туфейлем: «Да послужит эта история поучением тому, кто имеет сердце или кто внимает и видит...».*

** В окно тянуло свежей прохладой, сплетались над городом, как серебряные нити, звенящие и печальные голоса муэдзинов; на темном небе выступали звезды, сияли, горели и трепетали чистым, холодным, далеким огнем, и была там звезда Аш-Шуала, означающая сердце, и три звезды Аль-Гафар, означающие покрывало девушки, и две звезды Аш-Шаратан, означающие рога, и только зловещей звезды Аль-Кальб, означающей жало смерти, не было там, в синей высоте...*

В этих фрагментах явственно ощутимо влияние восточной литературы: лирическая тональность, длина и усложненность предложений, особый ритм текста, наличие литературных штампов и символов, аллюзийность – все эти черты присущи восточному фольклору и восточной классике. Но в сочетании с нейтральной и иронической манерами изложения восточные стилизации Л. Соловьева детерминируют, на наш взгляд, возникновение гибридного текстового конструкта, который можно назвать стилистико-стилизионным контаминатом.

2. Смещение языков в диалоге персонажей (межъязыковые контаминаты)

Примером может служить фрагмент из известной повести В. Кунина «Иванов и Рабинович или «Ай гоу ту Хайфа!..», где речь идет о двух беглецах из абсурдного мира СССР, которым помогали люди разных национальностей. Межнациональная гиперреальность (общечеловеческая семья) создается имитацией двуязычной устной спонтанной речи, сиюминутность и эмоциональность которой призвана подчеркнуть неделимость, единство людей, защищающих такую ценность, как свобода. В приведенном фрагменте речь идет о том, как в турецком порту поляк (портовый агент Яцек Штур) помог Арону и Васе, которые остались без денег:

Штур сидел в кокпите, смотрел на воду остановившимися глазами. Потом почесал в затылке, откашлялся и от волнения сказал на чудовищной смеси польского языка с русским:

– ЧЕКАЙТЕ, ПАНОВЕ!.. ЧЕКАЙТЕ, КОМУ ГОВОРЯТ! ЗАСТАВЬ ЖЕЧИ НА МЕЙСЦЕ, ХОЛЕРА! АРОН, ЦО ТЕ МУВИ-ЛЭМ?! ЗАСТАВЬ... ТВОЮ МАТЬ!..

Он вытащил из кармана визитную карточку, протянул ее Васе и сказал:

БУДУТ ПЕНЕНДЗЫ – ПРИШЛЕТЕ... НЕ БУДЕТ – Я ВАШИ СТО СЕМЬ ДОЛЛАРОВ РАЗБРОСАЮ ПО ТРЕМ КОРАБЛЯМ ТАК, ЧТО НИ ОДИН КАПИТАН НЕ ЗАМЕТИТ! ТАК ЧТО Я ВСЕ РАВНО ПРИ СВОИХ ОСТАНУСЬ! НЕ ДЕНЕВРУЙТЕ...

Яцек... - только и смог сказать растроганный Арон.

Вася схватил руку Яцека Штура, стиснул, затряс что было силы.

3. Смещение национальных реалий и слов из разных языков в авторском монологе, включение объемного нацио-

нального компонента в русскоязычный контекст (контаминация реалий и их языкового представления).

Примером может служить книга рассказов «Пепел красной коровы», написанная на русском языке и в 2011 году изданная в России; автор книги – Каринэ Арутюнова, эмигрировавшая из Армении в Израиль. Эта книга создана человеком, обладающим синкретичным языковым сознанием: русским, еврейским и армянским. Приведенный ниже отрывок из рассказа «Исход» включают номинации множества национальных реалий (блюд, праздников и др.), однако перевод иноязычных слов дается лишь в одном случае (*Мимуна (иврит)* – «*последний день Песаха*»). Этот фрагмент – своеобразный полилог языков, но для него перевод или толкование незнакомых слов не нужны, так как тексты И. Арутюновой не столько рассказывают о реальности, сколько творят новую, межнациональную гиперреальность. Понимание же текста происходит как через языковую догадку, так и через пробуждение читательской активности, эмпатии. Русскоязычный читатель не знает многих упомянутых К. Арутюновой национальных реалий и репрезентирующих их лексем, но в этом случае главное – не знание, а воплощенное в текстовой ткани ощущение спаянности, неразрывности людей, приехавших из разных стран в Израиль:

Гефилте фиш и салат оливье, Новый год и Рош-а-шана, международный женский день и марроканская Мимуна, маца и сдоба, перченые шарики фалафеля и морковный цимес, фрейлахс, сальса и тяжелый рок, синеватые деруны и пряная кусбара, кофе по-турецки, узбекский плов и кисло-сладкое жаркое – все это чудесным образом уживалось в съемных апартаментах на Цалах Шалом, 66.

4. Смещение корпуса национальных способов выражения смысла, ведущее к возникновению, межнациональных текстовых гибридов (комплексная контаминация).

Гибридный способ создания межнациональной гиперреальности наиболее ярко, на наш взгляд, выражен в серии повестей Хольма ван Зайчика. Это «совместный псевдоним группы российских писателей-фантастов и ученых китаеведов, главные роли в которой принадлежат Вячеславу Рыбокову и Игорю Алимову» [Электронная энциклопедия «Википедия»].

По жанровой принадлежности повести являются так называемой амальгамой, сочетающей в себе черты фантастики, альтернативной истории и пародии. События повестей происходят в некоем вымышленном государстве – Ордуси, «возникшей, согласно авторскому допущению, при объединении Руси и Орды после того как Александр Невский и хан Сартак заключили договор о дружбе. Затем к Ордуси присоединился Китай, и появилась огромная, в одну пятую, а то и четвертую часть суши страна, на просторах которой мирно живут бок о бок люди сотен национальностей и десятков конфессий» [Там же].

Текстовая ткань повестей целиком ориентирована на воплощение этой межнациональной условной гиперреальности – языки и факты культур России и Китая используются авторами с очень высокой степенью гибридности, взаимопроникновения. Попытаемся кратко охарактеризовать пересекающиеся в тексте китаизмы и национально-русские формы выражения заданного авторами смысла как способ комплексного конструирования контаминированного текста (материал взят из повестей «Дело лисоборотней» и «Дело судьи ДИ», изданных в 2004 г.)

КИТАИЗМЫ И РУССКО-КИТАЙСКИЕ КОНТАМИНАТЫ

1. Экзотизмы и варваризмы (с переводом на русский язык или без него): *куайче* – «подземная станция», «поезд метро»; *хутуны* – «строения на окраинах больших городов», *вэйбины* – «охранники»; *мацзян* – азартная игра», *эрху* – «смычковый музыкальный инструмент», *пайцза* – «опознавательный знак, свидетельствующий о полномочиях предъявляющего его лица»; *канги* – «деревянные доски с отверстиями для шеи и рук, надеваемые на преступника»; *ланчжун* – наименование должности; *минфа* – ученая степень в Китае, известная с древности, *цунь* – мера длины; *шуньянжю* – пряное блюдо и т.д.

2. Китайские слова и выражения, вызывающие у россиян определенные ассоциации: *вэйтухай* (кит. – «охраняющий землю и море», ассоциация с русским жаргонным – «вертухай»); *пиво «Великая Ордусь»* – ассоциации с «Великая Русь»; *фуйвэбин* (помощник охранника) – ассоциации со словом «хунвэйбин», известном россиянам со времен Великой культурной революции в Китае.

3. Имена собственные (номинации предметов): «*Чжунхуа*» (название сигарет), «*Чунызе*» (праздник весны), гостиница «*Шоуду*» («Столица») и др.

4. Наименования лиц, обращения, в том числе русско-китайские контаминаты: *Милостивая Гуаньинь* (богиня), *Янь-Цзы* (древнекитайский философ), *Чжан Семиглазый*, *Яков Чжан*, *драгоценный преждедородженный*, *Еч Чжан* («еч» является сокращением от «единочатель» – «товарищ»), *драг еч* (дорогой товарищ); *Богдан Рухович Оуянцев* - *Сю* (одновременные отсылки к украинскому имени Богдан - Богдан Хмельницкий, китайскому писателю и государственному деятелю Оуян Сю, украинскому движению «Рух»).

5. Окказионализмы, в которых ошутим устаревший способ русского словообразования, перемежающиеся в тексте с окказиональным сложением слов из двух языков или с окказиональными производными от китайских слов: *человеконарушитель*, *человекополезное лекарство*, *психонарушительный дурман*, *деяния душепагубные и душеполезные*, *путноприимное управление*, *благопожелательная магия чисел*, *пять кольцевых дорог-лу*, *шапки-гуань*, «*Нева пицзю*» (марка пива), «*Несколько человек... неторопливо вкушали утреннюю трапезу*, или, как говорят столичные жители, *ЧИФАНИЛИ*» (от кит. ЧИ ФАНЬ – «есть рис»), *пампушка-маньтоу* и др.

6. Выражения, построенные по китайскому образцу: «*шагов через четыреста*» (шаг в китайском языке – это мера длины, примерно 1,6м.).

7. Русско-китайские синтаксические контаминаты (выражения и предложения, одновременно содержащие русскую устаревшую лексику, в том числе русские онимы, и китаизмы, в том числе китайские онимы): «*дальние ХУТУНЫ, ВОТЧИНА самых непритязательных слоев александрийского общества*»; «*Родовой клинок Бага канул в небытие, растворенный ядовитой слюной злоумного подданного КОЗЮЛЬКИНА, а новый меч прославленный ханбалыкский мастер ГАНЬЦЗЯН МО-ШУ обещал отковать лишь через полтора года*»; «*Старею, – думал Баг, глядя на деятельную суету ВЭЙБИНОВ: во ВРАТА въехала педальная повозка – дощатый помост в ШАГ ДЛИНОЙ и два с половиной ЛЮКТЯ шириной, ОБ ОДНОМ рулевом колесе спереди и двух колесах сзади*».

8. Деформированные, в том числе контаминированные фраземы: «по каким-то – **ЛИШЬ БУДДА ЗНАЕТ КАКИМ** – причинам»; «Трубка была выключена, дабы **УПАСИ БУДДА**, звонок не раздался в харчевне у Куна или тем паче во время беседы с Обрезагой»; «**ТРИ ЯНЬЛО ЕМУ В ГЛОТКУ**»; «**Кто вы и КАКОГО ЯНЬЛО** вам тут надобно среди ночи?».

9. Высказывания в стилизованной просторечной или старорусской манере, включающие, однако, китаизмы: «Здесь есть дворы, в которых можно купить вещи, к продаже не разрешенные или даже **ПРОТИВУПРАВНЫМ ОБРАЗОМ ОТРЕШЕННЫЕ ОТ СВОИХ ЗАКОННЫХ ХОЗЯЕВ**, и именно в лабиринтах **ХУТУ-НОВ** частенько пытаются скрыться от **СПРАВЕДЛИВОГО ВРАЗУМЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКОНАРУШИТЕЛИ**»; «Можно разжиться бутылкой-другой самого дешевого и самого крепкого **ЭРГОТОУ** (самогон из гаоляна), любовно прозванного в народе «освежающим» за свою способность безотказно **ОТШИБАТЬ НАПРОЧЬ ВСЯКОЕ РАЗУМЕНИЕ ДАЖЕ У ВИДАВШЕГО ВИДЫ ЧЕЛОВЕКА**»; «**СЕИ** предприимчивый подданный, в молодости получивший степень **СЮЦАЯ ВРАЧЕВАНИЯ**, вскоре расстался с **ПОСТЫЛОЙ** практикой»; «Перед мужчинами, **КАК УЖ ИССТАРИ В ЧАС ГОРЯ ЗАВЕДЕНО СРЕДИ ДОБРЫХ ОРДУСЯН**, стояла наполовину опорожненная бутылка «Московской особой», пузатая, увесистая, в полный **ШЭН** объемом – **ЭРГОТОУ** привез с собой Баг, справедливо полагая, что напиток может оказаться нелишним»; «**И ЧЭНХУАНУ АЛЕКСАНДРИЙСКОМУ ЧЕЛОБИТНУЮ О ДНЕ РОЖДЕНИЯ ДОЧЕРИ НЕ ПОДАЛ**».

10. Отсылки к китайской науке и традициям: «Подходило ее время лечь в Дом разрешения от бремени имени Хуа То» (Хуа То – легендарный древнекитайский врач); «... ребенок, не достигший возраста, в котором уже начинают надевать шапку» (не достигший совершеннолетия).

11. Отсылки к китайской истории, литературе и философии, и прежде всего – к трудам Конфуция: «Благородный муж, напрягая все силы, идет путем соблюдения гармонии, а благодарный народ, вторя ему, делает, как умеет, свое дело и, как умеет, радуется» («Дело лис-оборотней»); «Поднимающийся на рассвете угоден духам предков и имеет больше времени служить родителям» («Дело судьбы ДИ»).

12. Отсылки к религиозным представлениям: «Он же запросто мог прервать мое нынешнее рождение»; *«Ушла наша девочка к Желтому источнику, нет ее больше...»* («Желтый источник» – китайское поэтическое название мира мертвых).

РУСИЗМЫ И СТАРОСЛАВЯНИЗМЫ

1. Активная лексика современного русского языка: *база данных, стопроцентная гарантия, естественные составляющие и др.*

2. Окказионализмы по продуктивной словообразовательной или морфемной модели: *ближник* (образовано по той же модели, что и слово «личник» – личный телохранитель»); *обуютившись* (по той же модели, что и слово «обустроившись»).

3. Разговорные и просторечные слова и формы слов: *«фильма», погожий денек, зариться, завитушечки, тутошний, допечь (кого-либо), хитруля и др.*

4. Устаревшие русские слова, старославянизмы и формы слов, в том числе онимы: *невозбранно, разудалый, исстари, гати, закут, аспид, вотще, сия, прокорм, в одночасье, о третьем дне жизни, седмица, знахарь, юница, затяжелеть (забеременеть), незазорно, в честь сего случая, сие число, вразумляющее предупреждение, трапезный зал, князь Разудалого Поселка.*

5. Русская фразеология: *на сон грядущий, ни зги не видно, в глубине души и др.*

6. Трансформированные прецедентные феномены в названиях повестей: *«Дело непогашенной луны»* (отсылка к произведению Б. Пильняка «Повесть непогашенной луны»; *«Дело о полку Игореве»* («Слово о полку Игореве»).

7. Сложные предложения с устаревшими подчинительными союзами: *«Дальше уж идет затейливая мешанина домов и домишек, разобраться в КОЕЙ под силу лишь местным жителям»; «Всякая страна считала своим неперменным долгом послать к ордускому двору своих представителей, ДАБЫ в день наступления Нового года разделить ликование пышного празднования» и др.*

8. Отсылки к фактам русской истории, культуры, фольклора, религиозным текстам: *Три богатыря* (отсылка к известнейшей картине В. Васнецова); *необъятная Ордусть* («необъятная Русь»); *Умиротворенные Васюки* (отсылка к роману Ильфа и Петрова); *«Зрю ныне: мирской ты человек и грешный и на любовь мирскую и грешную по слабости своей не ответишь... а ровно*

про тебя сказано: сего же рвение к Богу тако бывает, яко огонь дышит скважнею» (отсылка к «Слову о житии и представлении князя Дмитрия Ивановича, царя Русьского»).

9. Устаревшие книжные выражения: *водворение в узилище; возвышенные заботы; прекрасный, шелковый с узорочьем халат; Мудрое Небо вразумит так или иначе, смотря по вероисповеданию; земным властям в эти духовные области путь заказан: насилие неуместно, а увещевание – запоздало; девушка прекрасной наружности, глаза горят невыразимой тоской; поклоны он клал перед иконой истово; Испытания к тем наипаче подступают, кто наипаче очиститься восхотел.*

10. Формы высказываний, релевантные для официально-делового стиля и разговорно-просторечного подстиля: *«как было установлено в результате надлежащих деятельно-розыскных мероприятий...»; «посягательства на свободу»; «Получив посылку, Баг некоторое время молча стоял над ящиком и тупо пялился внутрь, переваривая внезапно вспыхнувшую ночную мысль».*

11. Стилизованные под устаревшую манеру высказывания: *«Культурность – прежде всего усилие, и ежели оно сызмальства не сделалось человеку привычным, даже внутренне потребным...потом уже обычная леность людская служит ему почти неодолимым препятствием»; «Брак был в Ордуси в значительной степени светским, и всяк сам сообразно своей вере и велениям своей души выбирал, какие освящающие таинства и ритуалы для него жизненно потребны»; «...Обращение к Небу и Земле с просьбой о ниспослании богатого урожая, молитвах о прекращении засухи, буде таковая, к вящему удивлению народов, случалась».*

В текстах повестей Хольма ван Зайчика есть, хотя и в меньшем количестве, заимствования из других языков и соответствующие межъязыковые контаминаты: *иншалла, Обрез-ага, полунирвана, Редедя Пересветович Алимагомедов, фабрика «Карабах»* и др., которые в совокупности с вышесказанным, создают игровую стихию текстов. Ограниченный объем статьи не позволяет нам подробно остановиться на игровой, пародийной составляющей этих и подобных произведений. Приведем лишь один пример создания юмористического эффекта посредством трансформаций прецедентного высказывания и фамилии «Пушкин»:

«Блудны бесы ночью лмят – в избу влезли и спуют: домового Ли хоронят, ведьму замуж выдают», – студенисто всплыли в памяти чеканные строки великого ПУ СИ-ЦЗИНА.

Думается, что приведенный выше материал позволяет утверждать, что одним из трендов современного художественного дискурса является изменение жанрово-текстовых норм - движение авторов текста от использования заимствований как стилистически оправданных средств, выполняющих определенную стилистическую функцию, к комплексной контаминации (гибридизации) текстам. В целом же важнейшую тенденцию художественных конструкторов на современном этапе можно определить как движение от интертекстуальной гиперреальности, свойственной постмодернизму, к межнациональной гиперреальности – новой художественной парадигме, активно развивающейся в начале XXI века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бельчиков Ю.А. Взаимодействие функциональных разновидностей языка (Контаминированные тексты) // Культура русской речи и эффективность общения. - М.: Наука, 1996. - С. 335-357.
2. Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. - М.: Наука, 1996. - С. 121-152.
3. Корюкина Н.В. Комическое в художественном тексте и его межкультурная транслируемость (на материале произведений М. Зощенко и С. Довлатова и их англоязычных переводов) // АКД. – Екатеринбург: 2008. - 21 с.
4. Майданова Л.М. Практикум по современному русскому языку. - Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 1993. - 384 с.
5. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 383 с.
6. Стернин И.А. Законы общения. - Воронеж: ВГУ, 1997. - 35 с.
7. Фомина М.И. Современный русский язык. Лексикология. - М.: Высш. школа, 1983. - 335 с.

ВМЕСТО ПОСЛЕСЛОВИЯ

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ: СМЕНА ПАРАДИГМ

Слово – дело великое. Великое потому, что словом можно соединить людей, словом можно и разъединить их, словом можно служить любви, словом можно служить вражде и ненависти. Берегись от такого слова, которое разъединяет людей.

Л.Н. Толстой

На протяжении XIX-XX столетий Россия была самой, пожалуй, читающей страной мира. Это определяло литературоцентричность сознания россиян и развитие у них аллюзийного мышления. В основе такого мышления лежит «погруженность в культуру вплоть до полного в ней растворения... Это жизненное ощущение собственной интертекстуальности и составляет внутреннюю стилистику постмодернизма, которое хаосом цитат стремится выразить свое ощущение» [Ильин:335-336]. К концу 80-х гг. XX века в мышлении россиян явно преобладала интертекстуальность – «полилог культурных языков» [Сметанина 2002:87].

Но мир меняется. В условиях глобальных интеграционных процессов поколение, сформировавшееся в 90-е годы XX века, – это уже отнюдь не литературоцентрическое и культуроцентрическое поколение. Это поколение компьютерной эпохи, «виртуальной реальности», традиционный культурный фонд которого начал стремительно уменьшаться или изменяться по сравнению с культурологическим тезаурусом предшествующих поколений. Об этом свидетельствуют, прежде всего, научные исследования, например: «Необходимо отметить, что современные студенты – филологи уже плохо знают произведения советской литературы, которые в настоящее время не изучаются в школе или рассматриваются обзорно» [Бирюкова 2005:12].

В свою очередь, современная молодежь начала проявлять повышенный интерес к изучению английского языка. Этому способствовали а) расширяющиеся международные связи (свободный

выезд за рубеж, обмен студенческими группами, культурные международные программы); б) необходимость знания англоязычной компьютерной терминологии, включение в Интернет-общение; в) появление новых, пришедших с запада сфер деятельности (рекламы, менеджмента, маркетинга, связей с общественностью и др.). Повышенный интерес, особенно в восточных регионах РФ, наблюдается и к изучению китайского языка, что обусловлено стремительно расширяющимися экономическими и культурными связями России и Китая.

Возрастающая интенсивность межнациональных контактов детерминирует, с нашей точки зрения, выраженные изменения в речевой ситуации эпохи. «Жизненное ощущение собственной интертекстуальности» сменилось жизненным ощущением собственной включенности в мировые процессы. Это, как мы считаем, определило тенденцию к смене парадигм, соотносимую со всем многообразием дискурсивных разновидностей. Оставаясь в целом в рамках антропоцентрической парадигмы, постмодернистская интертекстуальная парадигма в ее конкретных речевых и текстовых реализациях стремительно переходит в парадигму межкультурную, межнациональную, о чем свидетельствует целый ряд живых, динамических процессов интеграционного характера. «Интеграция предполагает образование некой новой общности или новой совокупности отдельных частей, которые начинают проявлять себя как самостоятельное целое. Интеграция – это процесс, но еще не само объединение и нигде в мире полного объединения не произошло» [Кравец 2009:45]. Попробуем коротко остановиться на важнейших, на наш взгляд, тенденциях и процессах в межнациональном общении. Заметим предварительно, что тенденции в межнациональном, межкультурном взаимодействии связаны как с письменной коммуникацией, в том числе с Интернет-общением, так и с коммуникацией устной. Об этом свидетельствует огромный массив текстов, само наличие которых отражает основные процессы XXI века – информатизацию и глобализацию.

1. ТЕНДЕНЦИЯ К МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ

В настоящее время происходит лавинообразный наплыв англоязычной лексики в русскую речь, о чем уже неоднократно говорилось исследователями в связи с тем, что на роль глобального мирового языка претендует именно английский язык. Но этого

мало. Еще несколько десятилетий назад заимствованное слово осваивалось фонетически, морфологически, семантически, «подчинялось законам развития русского языка, его функционально - стилистическим нормам» [Фомина 1983:144]. По такому основанию, как полнота освоения заимствований русским языком, М.И. Фомина выделяет следующие группы заимствований: калькированные полностью или частично (лексические кальки, семантические кальки, полукальки), полностью русифицированные, частично русифицированные, нерусифицированные [Там же:146-147]. Однако в настоящее время наблюдается явная тенденция к включению в текст частично русифицированных или нерусифицированных, неосвоенных заимствований, которые передаются графическими средствами русского языка без перевода или употребляются в оригинале, ср.:

С первых дней РЕЙЛЫ стремительно опустошаются новыми поклонниками БРЕНДА – fashion-рассказ о восьмидесятых-девяностых в коллекции fall-winter 2012 пришелся гостям по вкусу. В Sonia by Sonia Rykiel, казалось бы, напрочь забыли о строгих костюмах и идеальных дуэтах. Сегодня среди must-haves: объемные мягкие свитеры – в повседневных ЛУКАХ, и mix&match - в активном использовании. Среди ключевых моментов – соседство на РЕЙЛАХ свободных брюк и уютных oversize-пуловеров с простыми белыми платьями, юбками телесного цвета и струящимся трикотажем (журнал «Стольник», ноябрь 2012).

Приведенный текст является свидетельством того, что в настоящее время английскую лексику стали использовать в готовом виде, не делая никаких попыток подобрать синонимические эквиваленты, не думая о чистоте родного языка, о мнении ученых-лингвистов, о бережном отношении к родному языку и т.д. Собственно лингвистическая (точность словоупотребления) и прагматическая (экономия речевых средств, а также обращение к фактору адресата – молодого человека, в известной степени владеющего английским языком) потребности отодвинули на задний план все вопросы о соотношении в тексте «своего» и «чужого». Эти вопросы практика решает, на наш взгляд, в пользу таких качеств речи, как ее инструментальность и утилитарность.

2. ТЕНДЕНЦИЯ К УТИЛИТАРНОСТИ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНОСТИ РЕЧИ

Эта тенденция первоначально возникла в среде эмигрантов третьей волны в связи с незнанием эмигрантами английского языка и – как следствие – со смешением языков, о чем пишет Л. Улицкая: «Новый американский язык, приходящий постепенно, тоже был утилитарным и примитивным, и они изъяснялись на возникшем в их среде жаргоне, умышленно усеченном и смешном. В это эмигрантское наречие легко входили обрезки русского, английского, идиш, самое изысканное чернословие и легкая интонация еврейского анекдота.

- Боже ж мой, - ерничала Валентина, это же гребаный кошмар, а не музыка! Уже закрой свою форточку, ингеле, я тебя умоляю. Что они себе думают, чем пойти покушать и выпить и иметь полный фан и хороший муд? Они делают такой гевалт, что мы имеем от них один хедик (Л. Улицкая. «Веселые похороны». – М.: Эксмо-пресс, 2002).

В России же тенденция к реализации чисто утилитарной (прикладной) функции речи посредством использования заимствований начала распространяться в молодежной среде, а затем была подхвачена и газетно-журнальным дискурсом, ср., фрагменты речи автора (репортера Анны Старобинец) и ее героя (интервьюируемого) в публикации «Среда обитания» (журнал «Русский репортер» № 41 (169), октябрь 2010):

РЕЧЬ АВТОРА

Современных русских вампиров, с ясной головой рассуждаю я, можно поделить на три категории. Первая – вампиро-романтики: всяческие ВАМП-ГОТЫ, одетые по средневековой моде ЛАЙФСТАЙЛЕРЫ-ДЕКАДЕНТЫ, которым нравится играть в такую «эстетику», но которым хватает ума не уверовать в суть... Вампир-потребитель не уважает кофеин, никотин и алкоголь... Он одевается в КЭЖУАЛ. У него есть работа.

РЕЧЬ ИНТЕРВЬЮИРУЕМОГО

Вот на Западе есть совершенно официальные собрания для таких, как мы, семинары, все так культурно. А у нас только ЛАЙФСТАЙЛЕРЫ ходят, крутые такие. И в Сети ФЛУДЯТ, не люблю ФЛУД.

Подобные высказывания полностью, как мы считаем, отражают стремление их авторов к речевой деятельности, понимаемой

лишь утилитарно и инструментально. Такая речь – это лишь оружие для репрезентации реалий окружающей действительности, так как она не выполняет ни эстетической, ни этической, ни какой-либо иной (кроме собственно прагматической) функции.

3. ТЕНДЕНЦИЯ К РАСПРОСТРАНЕНИЮ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ КОНТАМИНАТОВ

Во-первых, это словообразовательные контаминаты, слова, часть которых давно уже вошла в русский язык, а часть является недавним заимствованием: *милитари-крой, fashion-сайт, брюки-t-shirt, монобрендовый бутик, спа-косметика, подвеска-шарм* и др.

Во-вторых, огромное распространение получили лексико-синтаксические контаминаты. Приведем словосочетания и предложения, взятые из гляцевых журналов, и включающие русскую и иноязычную лексику в готовом виде: *предмет АУТФИТА; сезоны, известные своей любовью к МИКСУ различных ПРИНТОВ; закоренелые fashion-ВИКТИМС; ТОПОВЫЙ европейский БЛОГ; повседневный ЛУК; ТОТАЛ ЛУК ШАНЕЛЬ; женственное AP-ДЕКО платье; насыщенный график съемок и events; must-have, мимо которого не пройдут подкованные в fashion // Умело управляться с Mix&match – последний столичный ТРЕНД, выдающий настоящих поклонников интеллектуального fashion; Во время ежегодной mega fashion weeks лицо проекта, певица Глюкоза (Наталья Чистякова-Ионова), на своем примере показала столичный ТРЕНД - соседство в гардеробе luxe МАСС МАРКЕТ БРЕНДОВ; К популярному сегодня mix&match я отношусь настороженно; екатеринбургская элита любит танцевать на after-party в Hyatt Regency; Богатый питон в виде сумки-малышки не обязывает к строгому ДРЕСС-КОДУ; Не бывает такого, чтобы я НАДЕЛА ОДИН ЛУК ДВАЖДЫ и др.*

4. ТЕНДЕНЦИЯ К ГИБРИДИЗАЦИИ ТЕКСТА

С межнациональной точки зрения гибридными мы считаем, во-первых, тексты с РЕГУЛЯРНО ПОВТОРЯЮЩИМИСЯ иноязычными элементами, образующими в совокупности с русской лексикой речевую/текстовую ткань. Во-вторых, гибридные тексты отличаются КОНВЕРГЕНТНОСТЬЮ (под конвергенцией в данном случае мы понимаем схождение достаточно большого числа заимствований в небольшом фрагменте текста). К гибридным

можно отнести как тексты, включающие англицизмы, так и тексты с массивными заимствованиями из других языков, ср. фрагменты словаря комикса и манга (для удобства мы опускаем иероглифические написания, также присутствующие в оригинале):

АНИМЭ (яп. аббр. от animation) – японская АНИМАЦИЯ. Термин 80-х гг. До этого периода использовался термин МАНГА-ЭЙГА... Обычно А. снимаются по уже созданным МАНГА. Во многом семиотика МАНГА и КОМИКСА также нашла свое отражение и в Анимэ. [Козлова 2003:14].

МАНГАКА – художник МАНГА. Главный художник, обычно работающий с ассистентами. М. отвечает в целом за КА-РАСЭТТЭЙ, художественное оформление МАНГА, создание эскизов. Распоряжение М. о дальнейшей работе поступают ассистентам. Как правило, М. одновременно выступает и в роли ГЕН-САКУСЯ. Многие м. обладают очень большой популярностью в Японии и даже за ее пределами [Там же: 50].

5. ТЕНДЕНЦИЯ К ГИБРИДИЗАЦИИ (СМЕШАННОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ СОСТАВУ) АВТОРСКИХ КОЛЛЕКТИВОВ

Это явление чаще всего связано с учебно-научным дискурсом, например: А.А. Акишина, Хироко Кано «Словарь русских жестов и мимики»; Ю.А. Антонова, Н.Б. Руженцева, Ли Минь «Стилистика и культура русской речи: учебное пособие для китайских студентов, изучающих русский язык», Н.И. Коновалова, Ян Кэ «Метафорический параллелизм в русских и китайских паремиях»; Сюй Сяо Бо, И.П. Лысакова «Национальная специфика языковой объективизации категории «вежливость» в русской и китайской коммуникативных культурах» и т.д. Однако тенденция к образованию смешанных межнациональных коллективов прослеживается и в иных видах дискурса, например публицистическом. Примером тому может служить книга шведской писательницы Веры Эфрон «Продана» (М.: Рипол-классик, 2009), созданная ею вместе с русской девушкой, ставшей жертвой торговли людьми. Вот что пишет о совместном создании книги сама Вера Эфрон: *«Когда я увидела Наташу, невольно вспомнила о своей дочери. Наташа была чуть младше нее, и это произвело на меня неизгладимое впечатление. Подобная трагедия могла случиться и с моей дочерью. Не застрахован никто. Поэтому я уговорила Наташу начать работу над книгой. МЫ хотели рассказать лю-*

ням о траффинге, объяснить, предупредить. Бороться против этого нужно всем вместе».

6. ТЕНДЕНЦИИ, СВЯЗАННЫЕ С ЖАНРОВЫМИ ПРОЦЕССАМИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Эти процессы активно развиваются в связи с международной туристической, экономической, рекламной, образовательной, медицинской и иной деятельностью. За последние 20 лет получили развитие жанры туристского каталога и туристских проспектов, а также жанры разговорника и справочника. Были изданы сотни учебников, учебных пособий и словарей для иностранцев, изучающих русский язык. Получила распространение новая разновидность учебных текстов – двуязычное учебное пособие, например «Страноведение Китая» (автор профессор Сунь Вэньфан), в котором материал представлен одновременно на русском и китайском языках. В рамках научного и публицистического дискурсов появилось множество публикаций, отражающих взгляд на культуру иных стран и на людей иных национальностей (часто в сопоставительном аспекте «русские-иностранцы»). В связи с последним хотелось бы отметить появление новых текстовых форм, например такого интересного жанра, как «Взгляд из-за границы».

Однако жанровые процессы связаны не только с появлением новых видов текста, но и с видоизменением старых, приспособлением последних к изменениям эпохи. К такого рода жанровым процессам можно отнести, во-первых, **креолизированный характер текстов**, повышение роли изобразительного ряда, см., например, указанный выше «Словарь комиксов и манга», составленный Ксенией Козловой (СПб, 2003) и включающий описание «манга» (японского комикса) в рамках двух семиотических систем – вербальной и визуальной. Во-вторых, это **активизация «втягивания» чужих жанровых форм в пространство русского текста**. Примером может служить обыгрывание Б. Акуниным известного японского жанра хайку в «Алмазной колеснице». Б. Акунин заканчивает с помощью хайку каждую главу:

*Казалось – конец,
И надежды нет. Но вдруг –
Первый луч солнца.*

В третьих, это **собственно внутритекстовые процессы**. Так, жанр межнационального туристского проспекта отличается от аналогичной внутринациональной формы введением таких лекси-

ческих и текстовых компонентов, как: а) мини-разговорники, б) лексика, репрезентирующая национальные реалии, к примеру, национальные блюда в российско-турецком проспекте (*суджук, салам, яйла чорбасы, мерджимек чорбасы, тулумба, кадайф, баклава и др.*); в) культурологические справки, нацеленные на совмещение культурного фонда коммуникаторов, г) прескрипции, регулирующие поведение иностранцев в чужой стране; д) прецедентные феномены, соотносимые с историей и культурой представляемой страны и т.д.

В-четвертых, это **имитация чужих жанровых форм**, в том числе их пародирование. Так, известная на Востоке форма текста (диалог учителя и ученика), получила многократное пародийное представление в анекдотах, созданных россиянами, ср:

Учитель Чхишвабрашван спросил однажды у своего ученика Янутры:

- Как звучит хлопок одной ладонью?

Янутра не раздумывая вмазал Учителю пощечину.

- Не совсем верно, Янутра, но ты сделал это не раздумывая, не подключая ум, а значит, ты постиг Дзен. Иди с миром, вали отсюда!

Так Шри Янутра стал учителем. [<http://www.anafor.ru/other/dao-kakao.htm>]

7. ТЕНДЕНЦИИ, СВЯЗАННЫЕ СО СТИЛИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Данные процессы связаны со стилистической гибридизацией текстов, смешением национальных манер выражения мысли. Так, стиль серии романов Хольма ван Зайчика (псевдоним группы авторов) отличается использованием разных стилистических регистров - имитации устаревшей старорусской манеры и манеры китайской письменности. Сказанное особенно заметно при включении в текст чужой речи – цитат из произведений Конфуция:

Изделия поселковых мастеров можно приобрести буквально по всей необъятной Ордуси, особенно славятся искусно вытканые коврики с изображением сцен из жизни благоверного князя Александра: «БЛАГОВЕРНЫЙ КНЯЗЬ АЛЕКСАНДР СОЗЕРЦАЕТ ЛЕБЕДЕЙ», «КНЯЗЬ АЛЕКСАНДР ВСТУПАЕТ В ЕДИНОБОРСТВО СО СИРЕПЫМ ТИГРОМ», «ВОЛКИ АЛЧУТ ВРАЗУМЛЕНИЯ У ВЕЛИКОГО КНЯЗЯ»... В Разудалом обосновались простые и бесхитростные ордусяне,

не ищущие иной жизни и справедливо полагающие истинным речение из двадцать второй главы «Бесед и суждений» Конфуция, понятое ими, увь, несколько прямолинейно: «БЛАГОРОДНЫЙ МУЖ, НАПРЯГАЯ ВСЕ СИЛЫ, ИДЕТ ПУТЕМ СОБЛЮДЕНИЯ ГАРМОНИИ, А БЛАГОРОДНЫЙ НАРОД, ВТОРЯ ЕМУ, ДЕЛАЕТ, КАК УМЕЕТ, СВОЕ ДЕЛО И, КАК УМЕЕТ, РАДУЕТСЯ» (Хольм ван Зайчик «Дело лис-оборотней»).

8. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПТОСФЕРЫ

С нашей точки зрения, в настоящее время концептуальное пространство общества и личности претерпевает большие изменения. На задний план отходит часть локальных концептов, соотносимых с бытом той или иной страны. В русской концептосфере это концепты типа *валенки, сарафан*, которые, смеем утверждать, не являются концептами для современного молодого россиянина. Это всего лишь лексемы, находящиеся на периферии личного лексического тезауруса. Зато все большее значение приобретают а) интернациональные концепты, перешедшие в мировую концептосферу из локальных, и б) концепты глобальные, цивилизационные. К первой группе относятся, например, концепты *йога, китайская медицина*, негативно-оценочный концепт *генномодифицированные продукты* и т.п. Ко второй группе принадлежат концепты типа *сайт, мобильная связь*, концептуальная дихотомия *Запад-Восток*, а также концепты соотносимые с культовыми фигурами XX века – политиками, изобретателями, деятелями шоу-бизнеса, то есть людьми, оказавшими огромное влияние на бытие и общественное сознание всего человечества.

9. ТЕНДЕНЦИЯ К ИЗМЕНЕНИЮ РЕПЕРТУАРА И ОЦЕНОЧНОГО ВЕКТОРА ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ОНИМОВ

Тенденции в области прецедентности в межнациональном дискурсе связаны преимущественно с такой ее разновидностью, как прецедентные имена собственные (прецедентные онимы). На это во многом влияют как непосредственные международные контакты, так и киноискусство, детерминирующее появление все новых и новых прецедентных имен собственных. Так, в 70-е годы XX века название обычной сицилийской деревни *Корлеоне* стало прецедентным онимом в связи с выходом бестселлера «Крестный отец» и одноименного фильма Френсиса Копполы. Дон Корлеоне, глава мафиозного клана, сразу же после выхода фильма стал для всего мира символом не только негативных (коварства, изворот-

ливости, беспощадности), но и позитивных душевных качеств (личного обаяния, преданности семье и т.д.). После показа фильма на российских экранах фамилия *Корлеоне* стала прецедентным онимом и в России. Она остается таковой и по сей день, о чем свидетельствуют российские пародийные тексты, «встраивающие» образ дона Корлеоне в российскую действительность. Заметим, что ироническое обыгрывание имен собственных, появление пародий является одним из существеннейших признаков того, что имя получило статус прецедентного. Так произошло, например, с фамилией Штирлиц, образ которого обыгран в массе анекдотов. Приведем в оригинале фрагменты пародийного текста, в котором, однако, изменен вектор оценки: драматическая фигура дона Корлеоне представлена российскому пользователю Интернета в ироническом ключе, в конвергенции с иными прецедентными именами и высказываниями, которые даются в готовом или трансформированном виде (*Гарри Поттер*, *Билл Гейтс*, *Адриановка-Челентановка*, *Некрософт*, «*квартира, где деньги лежат*» и т.д.):

«Я оказал ему доверие, а он даже не пригласил меня на чашечку кофе».

*Дон Корлеоне про
Сэма "JS" Джексона*

Дон Корлеоне (ит. Don Corleone), он же Дон Витя Корлеоне, он же Безумный Макаронник - миллионер, экономист, предприниматель, крестный отец мафиозной семейки Корлеоне из Свободного Города, а также один из главных ключевых персонажей второго плана игры GTA: Straight Gangsta. Погиб от руки неизвестного убийцы у себя на вилле. После сотрудничества с одним афроамериканцем из Сан-Андреаса терпеть не может афроамериканцев.

Биография Дона Корлеоне

Детство

Дон Корлеоне родился в итальянской деревне Адриановка-Челентановка в 20-ти километрах от Милана, где всем управлял местный дон Хулио Иглесиас. Ещё в детстве маленький Витя выиграл в карты целый трактир у местного трак-

тирищика. С этого и началась его головокружительная карьера миллионера. Увидев то, что маленький мальчик может угрожать его бизнесу, дон Хулио решил убрать 12-летнего мальчика. Но Витю спрятали в контейнере с китайцами и отправили в штаты. В результате шторма корабль занесло в Свободный Город.

Зрелый возраст

Вскоре Дон Корлеоне стал очень уважаемым человеком в Свободном Городе. Заключив союз с братьями Марио, контролировавшими водопроводный бизнес, Корлеоне стал нераздельным владельцем города. Ещё немного позже, Дон Корлеоне приехал в родную деревню Адриановку-Челентановку и отомстил Хулио Иглесиасу, в результате чего стал полноправным хозяином деревни Бананнедам.

Старость

В старости дон Корлеоне впал в маразм и потратил всё своё состояние на петушков на палочке и гигантские зубочистки. Чтобы хоть как-то заработать себе на пропитание, ему пришлось даже продать Монголию Биллу Гейтсу.

Собственность Дона Корлеоне (на 2008-й год)

Жилая недвижимость

Двухэтажная вилла в Умном Городе

Квартира в Москве

Квартира в Киеве

Квартира в Лондоне

Квартира, где деньги лежат

Квартира Гарри Поттера

Сарай на Рублевке

дешевое бунгало на берегу Моря

хата в Уфе

.....

Прочие капиталы

74 % акций «Некрософта»

(Дон Корлеоне//Абсурдопедия: <http://absurdopedia.wikia.com/wiki/>).

Российский народ «ради красного словца не пожалеет и родного отца», иронически обыгрывая многие явления окружаю-

щей действительности. Поэтому ироническая аура вокруг прецедентного онима вполне закономерна: это один из распространеннейших российских способов освоения чужой действительности и включения ее в свое коммуникативное пространство.

10. ТЕНДЕНЦИЯ К ПРЯМОМУ ИЛИ ОПОСРЕДОВАННОМУ ДИАЛОГУ

Характеризуя основные тенденции общения нового времени в статье «Основные тенденции развития общения в первой половине XXI века (попытка прогноза)» (2003 г.), И.А. Стернин писал: «... в общении в ближайшие десятилетия будут наблюдаться такие глобальные процессы, как орализация общения (преобладание устной формы общения над письменной) и его диалогизация (диалог все больше будет преобладать над монологом)» [Стернин 2003]. Думается, что первый прогноз (преобладание устной формы общения над письменной) оправдался к 2013 году не в полной мере, ввиду широчайшего распространения Интернет-коммуникации, в которой письменная форма в настоящее время преобладает над устной (общением по скайпу), а также мобильной связи. Число отправляемых SMS (письменная форма) сейчас едва ли не больше числа звонков (устное опосредованное общение). Однако второй прогноз – о преобладании диалога над монологом оправдался, как мы считаем, полностью, и это в полной мере касается межнациональной письменной коммуникации. Диалогическое начало особенно явно ощущается в международных рекламных изданиях. Проиллюстрируем это на примере каталога «Моя спальная система» (2012), рекламирующего продукцию немецких и датских производителей. Авторы-составители каталога достаточно четко представляют себе потенциального потребителя своей продукции и ведут с ним своеобразный письменный диалог, стараясь предугадать все вопросы, рассеять сомнения и предупредить пожелания. В структуру каталога, кроме собственно описания продукции, входят следующие текстовые компоненты, генетически восходящие к устной речи (приведем заголовки к текстам, входящим в каталог):

1. **10 советов для улучшения сна** (совет – форма устного межличностного общения).

2. **Меняем жизнь к лучшему!** (эксплицированное побуждение, аппеллятив, тоже восходящий к устной речи).

3. **8 мифов о матрасах и фактов о TEMPUR** (рассуждение - опровержение и рассуждение-доказательство, предупреждающие возможные сомнения потенциального клиента).

4. **Насладитесь комфортным сном на матрасах TEMPUR // Почувствуй разницу** (побуждение, прямая апелляция к адресату).

5. **Часто задаваемые вопросы о TEMPUR** (предупреждение актуальных вопросов типа: *Можно ли стирать материал TEMPUR; Как подобрать подушку? Рекомендуете ли вы детям спать на матрасе TEMPUR? Какова гарантия на продукты TEMPUR?* и т.д.).

6. **Более 50000 ортопедов во всем мире рекомендуют TEMPUR-MED** (ссылка на авторитеты, ответные реплики на возможные сомнения потенциальных клиентов).

7. **Отзывы наших покупателей** (диалог, тех, кто уже купил рекламируемую продукцию, с потенциальными клиентами).

Заметим, что диалогизация письменного межнационального русскоязычного общения крайне важна именно для России ввиду ограниченности непосредственных устных межнациональных контактов и плохого знания иностранных языков большинством россиян. Тексты же, имитирующие устное общение, устраняют коммуникативные барьеры, сближая россиян с людьми иных национальностей и тем самым создавая почву для взаимопонимания.

11. ТЕНДЕНЦИЯ К УВЕЛИЧЕНИЮ ЧИСЛА ТЕКСТОВ, СОДЕРЖАЩИХ ПРЕСКРИПЦИОННУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ

Такие тексты предписывают, как надо/не надо вести себя, общаясь с людьми иных национальностей. Прескрипции могут иметь прямой (рекомендательный, инструктивный и даже запретительный характер), но могут быть и косвенными (истории, случившиеся с россиянами во время пребывания за границей, в которых репрезентированы косвенные рекомендации). Такие предписания дают для своих соотечественников и россияне, и иностранцы. Вот пример прямой прескрипции с англоязычного сайта:

Не платите за себя

В этом русские поразительно отличаются от западноевропейцев. Они не приемлют угощения, когда каждый платит сам за себя. Так, если вы пригласили леди в ресторан или куда-нибудь еще, не ожидайте, чтобы она заплатила за себя, но вряд ли вы увидите ее снова. При ней даже может не быть

денег. Если они не предполагают спастись от маньяка или убежать через запасной выход, россиянки думают, что не надо брать с собой деньги, если рядом мужчина («Десять русских табу: взгляд из-за границы» http://www.pravda.ru/-society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian_taboo-0/).

В свою очередь, Интернет- сайты типа «Архив путешественника» публикуют массу историй, случившихся с россиянами, пренебрегшими социокультурными нормами той или иной страны. Тем самым авторы косвенно предупреждают соотечественников о возможных последствиях, например:

В турфирме меня не предупредили, что в Лондоне нельзя пинать собак и кошек, даже если они бездомные! Но я всего лишь отодвинул с дороги черного котяру, а его хозяин потащил меня к полицейскому. Меня даже хотели оштрафовать – а за что?! (Жалоба нашего соотечественника, проведшего неделю в Великобритании).

12. ТЕНДЕНЦИЯ К УСИЛЕНИЮ АДАПТАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Эта тенденция связана, прежде всего, с несколькими форматами межнационального дискурса – образовательным, научным, туристическим и публицистическим. Широкое понимание адаптации предполагает не только приспособление человека к изменениям условий окружающей среды, но и приспособление человека к жизни в обществе в соответствии с требованиями этого общества, а также собственными потребностями, мотивами и интересами. Так, в образовательном дискурсе при обучении иностранцев в России адаптационная стратегия реализуется достаточно широко и соотносится с целым набором конкретных тактических схем. Это: а) тактика простой адаптации текста (редукция текста, упрощение его для более легкого восприятия и понимания); б) тактика адаптации к речеповеденческим особенностям и различиям в коммуникативном поведении жителей разных стран; в) тактика адаптации к различиям в невербальных способах передачи информации; г) тактика адаптации к культурным и ментальным различиям и др.

В научном дискурсе адаптационная стратегия реализуется в настоящее время в работах сопоставительного плана, и прежде всего, на наш взгляд, в книге Ю.Е. Прохорова и И.А. Стернина: «Русские: коммуникативное поведение» [Прохоров, Стернин

2007]. Блестяще сделанное в этой работе параметрическое описание русского коммуникативного поведения в сопоставлении с коммуникативным поведением американцев, англичан и немцев способствует, как мы считаем, эффективной адаптации россиян к коммуникативным особенностям носителей иного языка и иной культуры. Думается, что в ближайшее время подобная работа будет проведена и в аспекте контрастивно-сопоставительного описания русского и восточного (дальневосточного и ближневосточного) коммуникативного поведения.

В туристическом дискурсе функцию адаптации взяли на себя туристические проспекты и каталоги, содержащие многочисленные рекомендации, способствующие приспособлению человека к иному лингвокультурному сообществу.

Наконец, в публицистическом дискурсе функцию адаптации берут на себя не только газетно-журнальные издания, но и книги, рассказывающие о культуре иной страны и о релевантных для нее правилах поведения. Подобные тексты издавна популярны и востребованы в России; из современных же публикаций такого рода можно отметить книги Ю. Ковльчук «Наблюдая за японцами. Скрытые правила поведения» (М.: Рипол-классик, 2011), А. Шляхова «Китай и китайцы. Привычки. Загадки. Нюансы» (М.: Астрель. Владимир: ВКТ, 2012) и ряд других изданий, помогающих россиянам приспособиться к чужой культуре, выработать толерантное отношение к ней.

И все же, несмотря на усиление интеграционных процессов, межнациональное взаимодействие не обходится (не может обходиться) без фактов ДЕСТРУКЦИИ ДИСКУРСА, так как различия между языками и культурами слишком велики. Это относится прежде всего к способам выражения мысли на чужом языке, то есть текстовым помехам, связанным с отступлениями от общелитературных, стилистических и жанрово-текстовых норм русского языка. Приведем пример (фрагмент рекламного текста), написанный арабским автором на русском языке. В этом фрагменте автор демонстрирует полное непонимание сущности русской пунктуационной нормы (текст приведен в оригинале):

Советы Здоровья и Красоты

***Рекомендации по обретению прекрасного самочувствия
Бесценный опыт Полный спектр препаратов Стресс, дела, ра-***

бота, тревога – эти события накладываясь одно на другое, оставляют глубокие следы (из тунисского рекламного проспекта).

Однако деструкция межнационального дискурса возникает и под влиянием других помех - ментальных, речеповеденческих (отступлений от этикетных норм, принципов толерантного, паритетного общения) и пресуппозиционных. Сказанное проявляется, главным образом, в системе негативных оценок, которые фиксируются как научными исследованиями, так и обиходно-бытовым сознанием.

Так, по данным социологического опроса, проведенного в 2007 году, ответы респондентов на вопрос «Какие чувства вызывает у россиян упоминание о различных странах мира?» свидетельствуют о том, что лидерами негативных оценок для россиян являются США, Польша, Китай и Украина [Андреев, 2009 : [http](http://)].

В свою очередь, психолог Е.А. Гришина провела контент-анализ высказываний представителей англоязычных стран, которые проживают в России, с целью выявления адаптационных трудностей. По ее данным, количество негативных отзывов о России и о россиянах превышает количество отзывов позитивных. Наибольшее количество негативных отзывов получили: регулирование общественной жизни в России; личностные характеристики местного населения, значимые при взаимодействии; особенности поведения местного населения: «В структуре аспектов принимающей культуры, вызывающих адаптационные проблемы у представителей англоязычных стран, наиболее значимыми являются некоторые особенности национального характера и поведения местного населения («национализм», «отсутствие политкорректности по отношению к меньшинствам», «покровительственное отношение мужчин к женщинам», «неискренность», «леность», «неприветливость», «неотзывчивость», «безынициативность», «допущение телесного контакта с незнакомыми», «пристальный взгляд», «отсутствие улыбки», «мрачный вид», «курение в общественных местах»)» [Гришина 2011: 73].

На обиходно-бытовом уровне на взаимные негативные оценки не скупятся ни россияне, ни представители иных национальностей (приводить негативно-оценочные отзывы можно бесконечно). Подобные оценки во множестве отражены в Интернет-дискурсе, ср. отзыв российского студента, попавшего в Германии в больницу, о коммуникативном поведении немцев:

В палате, кроме меня, лежат еще четыре человека. У моего соседа все время выключен радиоприемник, из которого доносится громкая музыка. Когда я прошу выключить радио, он выполняет мою просьбу и включает на полную громкость телевизор – спортивный канал, по которому обычно показывают футбол.

К другому соседу все время приходят друзья и родственники. Причем за раз не менее пяти человек. Они шумят, смеются, не дают мне уснуть после обеда, попросить их выйти или замолчать я не мог, так как лежу в общей палате...

Когда я рассказываю эту историю в России, мне не верят. «Этого не может быть», - слышу я каждый раз. Множество людей из России ездят лечиться в дорогие немецкие клиники и всегда остаются довольны обслуживанием. Вполне возможно, но я попал в обыкновенную городскую больницу и лежал там как студент-иностранец по обыкновенной студенческой страховке [<http://maxpark.com/community/1805/content/1819412>].

В заключение хотелось бы сделать следующий, возможно небесспорный, вывод. Речевая ситуация эпохи в настоящее время меняется именно потому, что Россия перестала быть изолированной от всего мира страной. Поколение, росшее в 90-е гг. XX века, имеет иной лексический тезаурус, его речь более утилитарна, чем речь старшего поколения, оно оперирует иными прецедентными феноменами, для него релевантна иная концептосфера. Инонациональные элементы массированно проникают в русский язык, речь и текст. Один за другим возникают форматы межнационального дискурса. В связи со сказанным возможно утверждать, что каждый из нас (особенно молодежь) становится как свидетелем, так и участником смены коммуникативных парадигм – от интертекстуальной к межнациональной. Основным признаком межнациональной парадигмы являются два основных типа коммуникационных процессов – интеграционные, которые особенно заметны при исследовании газетно-журнальной и иных видов письменной речи, и конфронтационные (наиболее яркие источники - данные опросов, межличностная устная коммуникация, Интернет-общение). Таким образом, современную российскую речевую ситуацию, рассматриваемую в межнациональном аспекте, можно охарактеризовать как КОНФЛИКТ КОНСТРУКТИВНЫХ И ДЕСТ-

РУКТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ или КОНФЛИКТ ИНТЕГРАЦИИ В МИРОВОЕ СООБЩЕСТВО И КОНФРОНТАЦИИ С НИМ. Такая ситуация предполагает огромную работу ученых: лингвистов, психологов, социологов, педагогов, методистов, - призванных оптимизировать межнациональное взаимодействие в стремительно меняющемся мире.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев А.Л. Образ России и образ Запада в сознании россиян (середина 1990-х – 2007 годы) // <http://www.socionauki.ru/journal/articles/129804/>
2. Бирюкова Н.С. Восприятие студентами прецедентных феноменов, используемых в современной массовой коммуникации. АКД. – Ек-г: УрГПУ, 2005. – 18с.
3. Гришина Е.А. Россия глазами иностранцев // Вестник МГЛУ. Сер. «Психологические науки». Вып.7 (613). – М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – С. 65-74.
4. Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. – М.: Наука, 1996. – 382с.
5. Козлова Кс. Словарь комиксов и манга. – СПб: Издательство Лань, 2003.- 128с.
6. Кравец Ю.Л. К вопросу о методах социальной адаптации иностранных студентов в условиях интеграции образовательных систем // Русско-киатйские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. - Омск: ОмГПУ, 2009. – С. 45-49.
7. Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта-Наука, 2006. – 328с.
8. С.И. Сметанина. Медиа-текст в системе культуры. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 283с.
9. Стернин И.А. Основные тенденции развития общения в первой половине XXI века (попытка прогноза) // Коммуникативные исследования 2003. – Воронеж: Истоки, 2009. – С. 4-19.
10. Фомина М.А. Современный русский язык. Лексикология. – М.: Высш. школа, 1983. – 335с.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

Руженцева Наталья Борисовна

Антонова Юлия Анатольевна

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС: МОДЕЛЬ В КОНТЕКСТЕ ЭПОХИ

МОНОГРАФИЯ

Оригинал-макет и компьютерная верстка
А.С. Руженцев

Подписано в печать 27.05. 13 Формат 60х84/16
Бумага для множ. аппаратов. Гарнитура Times New Roman
Печать на ризографе
Усл. печ. л. 17,2 Уч. изд. л. Тираж 100 Заказ 4129
Оригинал-макет отпечатан
в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620217 Екатеринбург, ГСП-135, пр-т. Космонавтов, 26
E-mail : uspu@uspu.ru